



Piccolo, grande, nuovo

Il commercio in Piemonte prima della riforma

Piccolo, grande, nuovo

Il commercio in Piemonte prima della riforma



**REGIONE
PIEMONTE**

ASSESSORATO INDUSTRIA, LAVORO, NEW ECONOMY,
FORMAZIONE PROFESSIONALE, POLITICHE COMUNITARIE
AFFARI INTERNAZIONALI, COMMERCIO INTERNO ED ESTERO



Assessore

Gilberto Picchetto Fratin

Tel. 011 432.1650

e-mail: assessore.picchetto@regione.piemonte.it

Direzione Commercio e Artigianato

Direttore

Marco Cavaletto

Tel. 011 432.2588

e-mail: direzione17@regione.piemonte.it

Settore Programmazione ed interventi sui settori commerciali

Responsabile

Patrizia Vernoni

Tel. 011 432.3512

e-mail: programmazione.commerciale@regione.piemonte.it

Osservatorio Regionale del Commercio

Paolo Allio

Mariella Cadeddu

Tel. 011 432.2599

e-mail: osservatorio.commercio@regione.piemonte.it

Il rapporto è frutto di un'attività di impostazione e di discussione da parte di un gruppo di lavoro, costituito presso l'Ires Piemonte, composto da Paolo Allio, dell'Osservatorio regionale del commercio, Aldo Goia, dell'Università del Piemonte Orientale, Simone Landini, Renato Lanzetti, Luigi Varbella, coordinatore della ricerca, dell'Ires Piemonte.

Antonio Bava, contopie





Utilizzando i dati dell'Osservatorio regionale sul commercio, nell'arco temporale abbastanza ampio che va dal 1984 al 1998, con questa ricerca si è cercato di analizzare l'evoluzione del sistema commerciale piemontese, fermando l'immagine, per così dire, a prima dell'avvento della riforma avviata con la legge regionale 28/99. In particolare, si sono esaminati i rapporti venutisi a creare tra grande e piccola distribuzione, tra insediamenti moderni e negozi tradizionali, stabilendo una ripartizione del territorio in quattro tipologie, sulla base delle dinamiche evolutive del sistema: aree "gold" dove sia la piccola che la grande distribuzione hanno registrato andamenti migliori rispetto alla media regionale; aree "new" dove è andata meglio la grande; aree "old" dove viceversa è andata meglio la piccola; infine, aree "out", dove entrambe hanno segnato una performance negativa rispetto al dato medio piemontese.

Tali dinamiche sono poi state incrociate con le cosiddette variabili "esogene", ovvero legate allo sviluppo demografico, socioeconomico, reddituale, alla struttura territoriale, per verificare se esistano delle correlazioni significative.

Il risultato finale è che risulta difficile tirare una conclusione tranchante, riguardo al rapporto tra grande e piccola distribuzione. In Piemonte, la prima ha fatto registrare, nel periodo considerato, una forte crescita, che ne ha triplicato la superficie di vendita, mentre la seconda ha perso un esercizio su dieci, quasi esclusivamente però nel settore alimentare, e per le botteghe al di sotto degli 80 mq.

Ciò che sembra si possa affermare è che non esiste un legame univoco, che si possa esemplificare con il luogo comune che la grande distribuzione "caccia" i piccoli negozi. In genere si è riscontrata una migliore capacità di tenuta dei piccoli esercizi in quelle aree dove il calo di popolazione è più contenuto, dove è più forte la presenza di consumatori ad alto reddito - e quindi dove presumibilmente la domanda è più qualificata -, e nelle aree a prevalente insediamento rurale.

Nel rapporto tra le due tipologie distributive ha giocato un ruolo rilevante l'evolversi dei cosiddetti minimercati, sia come competitore della grande distribuzione in nuove aree, sia come opportunità di riconversione e qualificazione del commercio tradizionale, a fronte della sfida dei centri commerciali. La reazione della rete del piccolo commercio allo stimolo della competizione sembra aver indotto una "contaminazione" che ha toccato l'intero sistema, come indica la crescita degli esercizi in franchising: una nuova modalità di presenza che le piccole imprese hanno assorbito, prima nel comparto alimentare, e a seguire negli altri settori.

Senza alcuna pretesa di esaustività, si è cercato di offrire uno spunto interpretativo per capire l'evoluzione del commercio piemontese in un periodo cruciale, con piena disponibilità ai contributi conoscitivi e alle valutazioni che questa ricerca speriamo possa stimolare.

Gilberto Pichetto Fratin

Assessore regionale Commercio,
Industria, Lavoro e Formazione



...senza un attimo di respiro,
per potere ricordare
quel che abbiamo già vissuto.
(Senza Fine, Gino Paoli, 1961)

INDICE

1. INTRODUZIONE	pag.	7
1.1. Un attimo di respiro	»	7
1.2. La concentrazione del commercio	»	7
1.3. La letteratura	»	10
1.4. Gli effetti occupazionali	»	12
1.5. Aspetti di metodo	»	16
1.5.1. La base dati	»	16
1.5.2. La classificazione territoriale	»	16
1.6. La struttura del rapporto	»	18
1.7. Bibliografia	»	19
2. L'EVOLUZIONE REGIONALE E PROVINCIALE	»	21
2.1. L'evoluzione regionale	»	21
2.2. La dinamica nelle province	»	25
3. LA DINAMICA NELLE AREE COMMERCIALI	»	31
3.1. Le aree commerciali e i complementi provinciali	»	31
3.2. La cartografia e i grafici: densità e variazioni	»	38
4. I FATTORI CHE DETERMINANO LA DINAMICA DEL COMMERCIO: UN ESERCIZIO ECONOMETRICO	»	67
4.1. Le variabili utilizzate	»	69
4.1.1. Le variabili endogene	»	69
4.1.2. Le variabili esogene	»	70
4.2. Ricerca di variabili esplicative dell'evoluzione del commercio: lo studio dei coefficienti di correlazione lineare	»	73
4.3. Analisi della dipendenza in media	»	79
5. LA COSTRUZIONE DI UN MODELLO ESPLICATIVO	»	83
5.1. La dinamica della Grande Distribuzione	»	83
5.1.1. La costruzione di un modello di regressione lineare	»	83
5.1.2. L'impiego dell'analisi discriminante	»	85
5.2. La dinamica della Piccola Distribuzione	»	86
5.2.1. La costruzione di un modello di regressione lineare	»	86
5.2.2. La tecnica della analisi discriminante	»	88
5.3. La dinamica della Piccola Distribuzione Alimentare con superficie <80 mq.	»	89
5.3.1. La costruzione di un modello di regressione lineare	»	89
5.3.2. La tecnica della analisi discriminante	»	91
5.4. La dinamica dei Minimercati	»	92
5.4.1. Il modello di regressione lineare	»	92
5.4.2. L'analisi discriminante	»	93
5.5. Alcune conclusioni	»	94
6. CONSIDERAZIONI DI SINTESI	»	97

7	INTRODUZIONE
8	1.1. Obiettivo e scopo
9	1.2. La concezione del sistema
10	1.3. La struttura
11	1.4. Gli strumenti di lavoro
12	1.5. Aspetti generali
13	1.6. La fase di analisi
14	1.7. La fase di sintesi
15	1.8. La fase di verifica
16	1.9. La fase di valutazione
17	2. EVOLUZIONE REGIONALE E PROVINCIALE
18	2.1. Evoluzione regionale
19	2.2. Evoluzione provinciale
20	2.3. La dinamica regionale
21	3. LA DINAMICA NELLE AREE URBANIZZATE
22	3.1. I centri urbani e i loro problemi
23	3.2. La concezione del centro urbano
24	4. I FATTORI CHE DETERMINANO LA DINAMICA DEL
25	COMMERCIO IN REGIONE ECONOMICA
26	4.1. La concezione del centro
27	4.2. La concezione del centro
28	4.3. La concezione del centro
29	4.4. La concezione del centro
30	4.5. La concezione del centro
31	4.6. La concezione del centro
32	4.7. La concezione del centro
33	4.8. La concezione del centro
34	4.9. La concezione del centro
35	4.10. La concezione del centro
36	4.11. La concezione del centro
37	4.12. La concezione del centro
38	4.13. La concezione del centro
39	4.14. La concezione del centro
40	4.15. La concezione del centro
41	4.16. La concezione del centro
42	4.17. La concezione del centro
43	4.18. La concezione del centro
44	4.19. La concezione del centro
45	4.20. La concezione del centro
46	4.21. La concezione del centro
47	4.22. La concezione del centro
48	4.23. La concezione del centro
49	4.24. La concezione del centro
50	4.25. La concezione del centro
51	4.26. La concezione del centro
52	4.27. La concezione del centro
53	4.28. La concezione del centro
54	4.29. La concezione del centro
55	4.30. La concezione del centro
56	4.31. La concezione del centro
57	4.32. La concezione del centro
58	4.33. La concezione del centro
59	4.34. La concezione del centro
60	4.35. La concezione del centro
61	4.36. La concezione del centro
62	4.37. La concezione del centro
63	4.38. La concezione del centro
64	4.39. La concezione del centro
65	4.40. La concezione del centro
66	4.41. La concezione del centro
67	4.42. La concezione del centro
68	4.43. La concezione del centro
69	4.44. La concezione del centro
70	4.45. La concezione del centro
71	4.46. La concezione del centro
72	4.47. La concezione del centro
73	4.48. La concezione del centro
74	4.49. La concezione del centro
75	4.50. La concezione del centro
76	4.51. La concezione del centro
77	4.52. La concezione del centro
78	4.53. La concezione del centro
79	4.54. La concezione del centro
80	4.55. La concezione del centro
81	4.56. La concezione del centro
82	4.57. La concezione del centro
83	4.58. La concezione del centro
84	4.59. La concezione del centro
85	4.60. La concezione del centro
86	4.61. La concezione del centro
87	4.62. La concezione del centro
88	4.63. La concezione del centro
89	4.64. La concezione del centro
90	4.65. La concezione del centro
91	4.66. La concezione del centro
92	4.67. La concezione del centro
93	4.68. La concezione del centro
94	4.69. La concezione del centro
95	4.70. La concezione del centro
96	4.71. La concezione del centro
97	4.72. La concezione del centro
98	4.73. La concezione del centro
99	4.74. La concezione del centro
100	4.75. La concezione del centro
101	4.76. La concezione del centro
102	4.77. La concezione del centro
103	4.78. La concezione del centro
104	4.79. La concezione del centro
105	4.80. La concezione del centro
106	4.81. La concezione del centro
107	4.82. La concezione del centro
108	4.83. La concezione del centro
109	4.84. La concezione del centro
110	4.85. La concezione del centro
111	4.86. La concezione del centro
112	4.87. La concezione del centro
113	4.88. La concezione del centro
114	4.89. La concezione del centro
115	4.90. La concezione del centro
116	4.91. La concezione del centro
117	4.92. La concezione del centro
118	4.93. La concezione del centro
119	4.94. La concezione del centro
120	4.95. La concezione del centro
121	4.96. La concezione del centro
122	4.97. La concezione del centro
123	4.98. La concezione del centro
124	4.99. La concezione del centro
125	4.100. La concezione del centro

1. INTRODUZIONE

1.1 - Un attimo di respiro

Un attimo di respiro. E' quanto ci siamo concessi con questa indagine sulla evoluzione del settore distributivo in Piemonte e sulle relazioni che si stabiliscono fra le dinamiche dei diversi modi di organizzazione dell'attività commerciale al dettaglio in sede fissa e fra queste e altre variabili esogene.

Più precisamente viene esaminata l'evoluzione del grande e del piccolo dettaglio alla scala regionale, a quella provinciale e nelle nuove aree di programmazione commerciale definite dalla l.r. 28/99. Il fine è di comprendere gli effetti, sul commercio tradizionale, dell'insediamento delle strutture moderne tramite un'analisi disaggregata territorialmente alla scala di questi bacini di localizzazione.

Un attimo di respiro rispetto all'esigenza di inseguire il ritmo veloce e incessante del cambiamento, esigenza che ha caratterizzato l'analisi del settore distributivo italiano e piemontese per tutti gli anni 90. Tanto che, alla fine del decennio, la riforma del commercio (innescata dal decreto "Bersani", d.lgs. 114/98) ha sensibilmente modificato il vecchio impianto normativo risalente al 1971 cercando di interpretare e indirizzare le trasformazioni in corso.

Abbiamo in sostanza pensato che, in Piemonte, la riforma del commercio potesse essere l'occasione di verifica dell'andamento del settore, consentendoci una pausa di riflessione per reconsiderarne le tendenze di fondo, anche grazie alla disponibilità di un ampio materiale informativo raccolto dall'Osservatorio Re-

gionale del Commercio e disponibile anche alla scala comunale. Si tratta di una lunga serie storica di dati completi ed omogenei raccolti a partire dal 1984 fino al 1998, anno di transizione normativa e, per conseguenza, di rottura dello schema di rilevazione e di continuità della serie statistica.

1.2 - La concentrazione del commercio

La chiave di lettura consiste dunque nel verificare in primo luogo la dinamica della piccola distribuzione e le sue relazioni con la dinamica della grande distribuzione. Le caratteristiche generali che presenta il settore commerciale in tutto il periodo considerato, sono di calo dei piccoli negozi tradizionali e di crescita della grande distribuzione moderna, sia in Piemonte sia in Italia.

Nel triennio precedente la riforma si registrano perdite di piccoli negozi ad un ritmo di circa lo 0,4% medio annuo sia in Piemonte sia in Italia, ma la crescita della superficie di vendita di grande distribuzione moderna (supermercati, ipermercati e centri commerciali) supera il 5% medio annuo in Italia con un ritmo superiore a quello piemontese (+4% medio annuo).

Tabella 1. Piccola Distribuzione (numero punti di vendita tradizionali)

	1996	1998	Diff. 96-98	Var.% 96-98
Italia	630.655	623.456	-7.199	-1,14
Piemonte	64.002	63.225	-777	-1,21

Fonte. Italia: Ministero dell'Industria, Movimprese, cfr. Centro Einaudi/Sisim (2000). Piemonte: Osservatorio Regionale del Commercio

Tabella 2. Grande Distribuzione (superficie di vendita in mq: super+iper+c.c.)

	1996	1998	Diff. 96-98	Var.% 96-98
Italia	9.418.324	11.085.890	1.667.566	17,7
Piemonte	651.011	736.769	85.758	13,2

Fonte. Italia: Faid, IRI Infoscan, Nielsen, cfr. Centro Einaudi/Sisim (2000). Piemonte: Osservatorio Regionale del Commercio

Si tratta di valutare se esiste e quale sia la relazione tra queste tendenze divergenti di piccolo e grande commercio; se tale relazione, una volta individuata, è in grado di spiegare la divergenza in ogni caso ed in ogni area territoriale.

Si tratta poi, ed è ancora più importante, di valutare la presenza di particolari fattori sociali economici e strutturali e se questa spiega o concorre a spiegare la divergenza oppure ad esaltarne/indebolirne l'intensità.

In buona sostanza la verifica riguarda il meccanismo che regola il rapporto fra grande e piccolo commercio per scoprire se sia riconducibile prevalentemente al

concetto di "espulsione" (il grande scaccia il piccolo, secondo il noto e diffuso luogo comune), oppure a quello di "qualificazione" (l'evoluzione socio-economica genera nuovi format commerciali) e, più in particolare, se e quali siano i fattori esterni che hanno influito su queste dinamiche alle varie scale territoriali.

Occorre in primo luogo ricordare che la tendenza alla concentrazione del settore distributivo in Piemonte e in Italia rappresenta peraltro un processo di allineamento con le caratteristiche strutturali del commercio negli altri paesi europei, così come emerge dal confronto internazionale:

Schema n.1 Concentrazione della distribuzione commerciale in Europa



Fonte: Cermes 2000, cfr. Nordiconad (2001). Le percentuali indicano il minimo, la media, il massimo.

In Europa soltanto la Spagna presenta, come l'Italia, valori di concentrazione inferiori alla media sia in termini di dimensione aziendale (quota del mercato grocery –alimenti confezionati e prodotti vari- che passa attraverso il canale iper + super), sia in termini di dimensione d'impresa (quota di mercato controllata dai primi 5 distributori che operano sul territorio nazionale).

Una prima complicazione deriva dal fatto che il commercio al dettaglio in sede fissa, universo di riferimento della serie statistica piemontese 1984-1998, non si esaurisce in piccola e grande distribuzione. Ove la Piccola Distribuzione (PD) rileva le botteghe tradizionali di superficie di vendita inferiore a 200 mq, suddivisa rispettivamente in due classi dimensionali (0-80mq e 81-199 mq) e in due classi merceologiche (alimenti e non alimenti).

Ove la Grande Distribuzione (GD) rileva tutte le tipologie commerciali

caratterizzate da punti di vendita non inferiori ai 400 mq di superficie di vendita (supermercati, grandi magazzini, ipermercati, centri commerciali).

Residuano due categorie: i minimercati alimentari (dimensione di vendita compresa fra 200 e 400 mq) e i negozi non alimentari specializzati (dimensione di vendita superiore a 200 mq); queste ultime due categorie sono state classificate, insieme, in un raggruppamento che abbiamo definito Distribuzione Intermedia (DI).

Il gioco delle interrelazioni si complica: non è più a due (PD e GD), bensì a tre (PD, DI, GD). Per disporre di uno strumento di riduzione della complessità consideriamo anche l'aggregazione fra DI e GD, che abbiamo definito Distribuzione Moderna (DM) per il tratto di "modernità" di alcuni caratteri organizzativi che accomunano la DI con la GD: libero servizio (food) ed estesa gamma merceologica (non food), in

particolare. La chiave di lettura dell'analisi rimane peraltro incentrata sul confronto fra Piccola e Grande Distribuzione (PD vs. GD).

Ulteriori complicazioni derivano dal rilevare che si concentrano in alcune categorie sia la flessione della PD (le botteghe alimentari di superficie 0-80 mq, uniformemente nell'intero periodo 1984-1998), sia la crescita della GD (le grandi strutture di vendita -ipermercati, grandi magazzini e centri commerciali- nel primo periodo 1984-1991; i supermercati nel periodo più recente 1991-1998).

1.3 - La letteratura

Non è neppure agevole orientare l'analisi della presunta dicotomia PD/GD

facendo riferimento alla letteratura.

Nel senso che non si ricavano da essa indicazioni chiare ed univoche sull'esistenza di un rapporto di vera concorrenza, fra piccola e grande distribuzione, in particolare in senso proprio, ovvero di prezzo.

E' meglio fare riferimento piuttosto alla consolidata tipologia di forme di vendita, basata sulla strategia del distributore. Elaborata da Gist nel 1968, prevede due assi per classificare i punti vendita: politica del margine e politica di rotazione dello stock (cfr. rielaborazione in schema 2).

Questa classificazione ha il vantaggio di segnalare che la dicotomia fra le formule di vendita "tradizionali" e le formule "moderne" (modello supermercato) sta tutta all'interno dell'area di alti margini ed è spiegata dal differenziale di rotazione.

La vera competizione si sviluppa fra le

Schema n.2 Le tipologie delle forme di vendita



Fonte: Gist (1968) in Filser (1992)

formule “moderne” generate dall’evoluzione del modello di supermercato classico (discount vs. super). Tale competizione è tutta interna all’area di rotazione rapida ed è spiegata dal livello dei margini.

Anche il confronto “piccolo dettaglio” tradizionale / “discount” non si configura in termini di concorrenza diretta: il primo, per sfuggire al disastro commerciale, deve mantenersi in un’area di alti margini; il secondo deve conservare un ritmo di rotazione elevato.

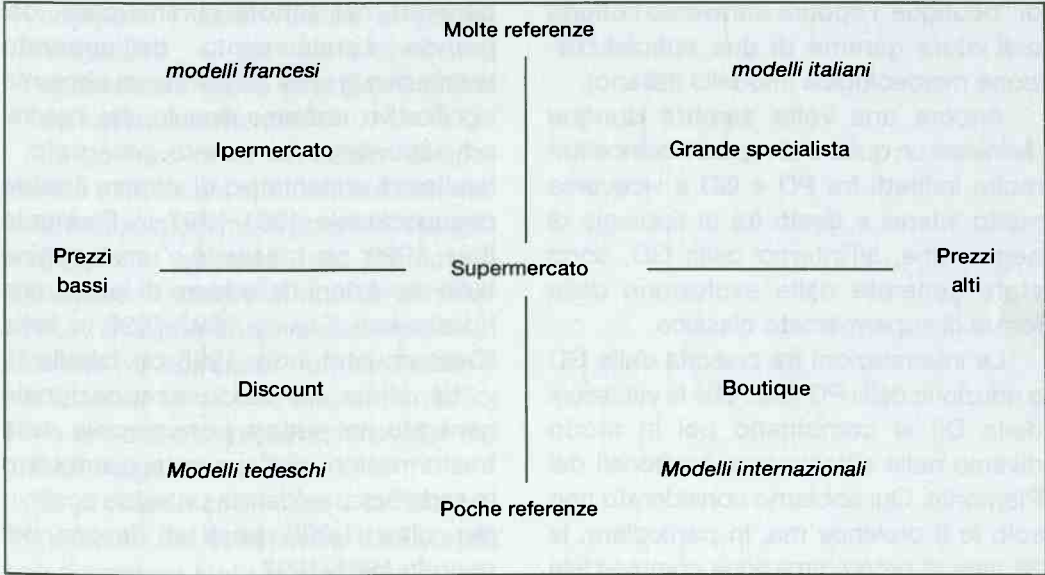
L’evoluzione dell’apparato distributivo, guidata dalla diversificazione del modello di supermercato classico degli anni ‘80 e ‘90, porta ad una definizione della matrice di classificazione dei negozi basata su due parametri: il numero delle referenze (prodotti in assortimento) trattate nel punto vendita; il livello dei prezzi, in base alla differenza fra il punto vendita considerato e il supermercato,

inteso nel suo ruolo di punto centrale (e termine di paragone) della distribuzione moderna di prodotti (cfr. schema n.3).

Un supermercato tratta da 7.000 a 10.000 referenze con un livello dei prezzi medio. L’ipermercato può trattarne anche 40.000, con un livello dei prezzi che può essere del 5 o del 10% inferiore alla media del supermercato. L’hard discount tratta 600 prodotti e il suo livello dei prezzi può arrivare al 40% in meno della media del supermercato. La boutique e il grande specialista possono avere prezzi che superano anche del 40% quelli del supermercato: la discriminante tra i due tipi di distribuzione è nel numero delle referenze trattate, molto limitato per la boutique e molto elevato per lo specialista.

Lo schema sintetizza anche i cambiamenti della prima metà degli anni ‘90 determinati, in Piemonte ed in Italia, dalla spinta innovativa della forma

Schema n.3 Matrice di classificazione dei negozi



Fonte: Boario F. e altri (1999)

supermercato che porta ai limiti estremi la sperimentazione in due direzioni: la dimensione e l'efficienza.

La tendenza ad ampliare la superficie di vendita degli esercizi, che si manifesta già alla fine degli anni '80, porta al successo il modello francese di ipermercato.

La ricerca di efficienza nella organizzazione e nella gestione di catene di negozi coincide con l'introduzione in Italia, nel 1992, del modello di hard discount tedesco.

In entrambi i casi l'approdo è costituito da un nuovo format distributivo competitivo, in termini di prezzo, rispetto al modello di supermercato classico: la concorrenza in senso proprio è sempre un affare interno al mondo della grande distribuzione moderna.

Il modello di piccola distribuzione tradizionale può tenere il confronto, senza avventurarsi nella rovinosa competizione di prezzo, attraverso la selezione qualitativa dei prodotti in assortimento (il modello internazionale di "boutique") oppure attraverso l'offerta dell'intera gamma di una specializzazione merceologica (modello italiano).

Ancora una volta sembra dunque delinearsi un quadro di rapporti competitivi molto indiretti fra PD e GD e viceversa molto intensi e diretti fra le tipologie di negozi che, all'interno della GD, sono state generate dalla evoluzione della forma di supermercato classico.

Le interrelazioni fra crescita della GD e riduzione della PD (oltre che le variazioni della DI) si combinano poi in modo diverso nelle diverse aree territoriali del Piemonte. Qui abbiamo considerato non solo le 8 province ma, in particolare, le 28 aree di programmazione commerciale (definite dalla L.R. 28/1999), disaggregando

quella torinese in città e resto area. E poi l'insieme dei comuni che appartengono alle aree commerciali e l'insieme dei comuni piemontesi che non vi appartengono, disaggregando quest'ultimo insieme nelle sue componenti provinciali).

Si può così verificare se il confronto fra le dinamiche di PD e GD è in grado di spiegare direttamente e reciprocamente l'intensità delle diverse variazioni; oppure se occorre considerare anche le peculiarità socio economiche che caratterizzano le diverse realtà territoriali.

1.4 - Gli effetti occupazionali

La serie storica di dati piemontesi a disposizione non contiene informazioni sull'assorbimento occupazionale dei diversi formati distributivi (PD, DI, GD).

La componente occupazionale non contribuirà dunque alla presente indagine.

Siccome gli effetti occupazionali generati, nel settore commerciale, dal grande cambiamento dell'apparato distributivo in sede fissa sono un elemento significativo, abbiamo ritenuto utile inserire, ed esponiamo in questo paragrafo, i risultati di un tentativo di stimare il saldo occupazionale 1991-1997 in Piemonte (Ires, 1999; cfr. tabella 3) e una indagine sulle rilevazioni delle forze di lavoro che ricostruisce il saldo 1993-1996 in Italia (Cescom-Istat-Indis, 1998; cfr. tabella 4).

La stima del saldo occupazionale generato nel settore commerciale dalle trasformazioni dell'apparato distributivo in sede fissa evidenzia un saldo positivo per oltre 1.000 posti di lavoro nel periodo 1991-1997.

Nel dettaglio tradizionale si assiste,

per effetto della cessazione dell'attività degli esercizi commerciali, alla perdita di oltre 4.100 posti di lavoro, comprendendo anche i titolari che si sono ritirati dall'attività per pensionamento.

La distribuzione moderna è cresciuta, in complesso, di oltre 5.200 posti di lavoro, per la maggior parte salariati (4.712 su 5.245 pari all'89,8%).

Questo risultato dimostra che anche in Piemonte, come in Europa, il commercio moderno contribuisce in modo interessante alla crescita occupazionale.

Le componenti di questo risultato generale individuano tre grossi cambiamenti nella composizione del totale:

- 1) il commercio tradizionale perde occupati (-4.153), il commercio moderno ne guadagna (+5.245);
- 2) i titolari di attività diminuiscono (-2.487), i salariati aumentano (+3.578);
- 3) solo nel comparto alimentare il commercio tradizionale (-4.774) viene soppiantato dalla distribuzione moderna (+5.253, escludendo dal computo i saldi relativi ai grandi magazzini e gli extra-alimentari specializzati fra le strutture trainanti dei centri commerciali).

La positiva stima del saldo occupazionale offre alcuni spunti di valutazione: il commercio moderno soppianta il dettaglio tradizionale soltanto nel comparto alimentare; i titolari di attività diminuiscono e aumentano sensibilmente i salariati; nel comparto non alimentare il tradizionale tiene e le grandi superfici sono ancora alle prese con la crisi del grande magazzino.

E' probabile che l'effetto di ridimensionamento del commercio tradizionale non sia ancora stato conteggiato interamente dalle stime. Infatti non tutti i

negozi tradizionali messi in difficoltà chiudono, ma resistono pur dovendo contrarre i volumi di attività e i margini commerciali. In altri termini, gli occupati attivati dalle aperture della distribuzione moderna sono subito tutti conteggiati, mentre la riduzione degli esercizi tradizionali si diluisce nel tempo e si manifesta quando, al ritiro dei titolari, l'attività non viene più rilevata.

Tabella n.3 Stima del saldo occupazionale. Attività commerciali al dettaglio fisso in Piemonte 1991-1997

Dettaglio tradizionale	Saldo occupazionale 1991-1997		
	Indipendenti	Dipendenti	Saldo
<i>Alimentari</i>			
< 80 mq	-3.203	-1.602	-4.805
81-199 mq	21	10	31
Totale alimentari	-3.182	-1.592	-4.774
<i>Extra alimentari</i>			
< 80 mq	-944	-94	-1.038
81-199 mq	1.106	553	1.659
Totale extra-alimentari	162	459	621
Totale Dettaglio Tradizionale	-3.020	-1.133	-4.153
Distribuzione moderna	Saldo occupazionale 1991-1997		
	Indipendenti	Dipendenti	Saldo
<i>Minimercati</i>			
200-399 mq	265	750	1.015
<i>Supermercati</i>			
400-799 mq	248	1.911	2.159
800-1.499 mq	18	498	516
1.500-2.499 mq	0	290	290
<i>Ipermercati</i>			
2.500-4.999 mq	0	120	120
≥5.000 mq	0	161	161
Tot. Libero servizio alimentare	531	3.730	4.261
<i>Grandi magazzini</i>			
400-1.499 mq	-6	-151	-157
1.500-2.499 mq	0	-64	-64
2.500-4.999 mq	0	37	37
≥5.000 mq	0	0	0
Totale grandi magazzini	-6	-178	-184
<i>Strutture trainanti dei centri commerciali</i>			
Supermercati	8	423	431
Ipermercati	0	561	561
Grandi magazzini	0	0	0
Extra-alimentari specializzati	0	176	176
Totale strutture trainanti	8	1.160	1.168
Totale distribuzione moderna	533	4.712	5.245
Totale generale	-2.487	3.579	1.092

Fonte: stime Mercati s.r.l. e Ires; dati Osservatorio Regionale del Commercio; parametri banca dati Mercati s.r.l.

Il risultato positivo della stima del saldo occupazionale (nella distribuzione al dettaglio in sede fissa in Piemonte nel periodo 1991-1997) risulta peraltro confortato dai risultati rilevati dall'Istat a scala nazionale e di ripartizione geografica nel periodo 1993-1996 (cfr. tabella 4).

Nel triennio 1993-1996 il commercio al dettaglio crea, al Nord, 18.000 posti di lavoro che risultano dal saldo fra 36.000 nuovi dipendenti e 18.000 indipendenti che si sono ritirati. La componente di

lavoratori indipendenti registra saldi negativi anche nelle altre ripartizioni geografiche: del Centro (-8.000) e soprattutto del Sud-Isole (-25.000).

Si può ritenere, in altri termini, che la generalizzata e sensibile flessione occupazionale del commercio tradizionale può essere contrastata e ribaltata, in termini di saldo occupazionale complessivo di comparto, soltanto in quelle aree territoriali (il Nord) dove si è manifestata una vivace crescita del commercio moderno.

Tabella n.4 Saldo 1993-1996 dell'occupazione commerciale per ramo di attività e in posizione e per ripartizione geografica (dati medi in 000)

Ramo di attività	Dipendenti	Indipendenti	Totale
Italia			
50- Commercio di auto e carburante	-9	-28	-37
51- Commercio all'ingrosso e intermediari	-25	+10	-15
52- Commercio al dettaglio	+49	-51	-2
Totale commercio Italia	+15	-69	-54
Nord			
50- Commercio di auto e carburante	-14	-13	-27
51- Commercio all'ingrosso e intermediari	-19	+1	-18
52- Commercio al dettaglio	+36	-18	+18
Totale commercio Nord	+3	-30	-27
Centro			
50- Commercio di auto e carburante	+9	-6	+3
51- Commercio all'ingrosso e intermediari	-2	+5	+3
52- Commercio al dettaglio	0	-8	-8
Totale commercio Centro	+7	-9	-2
Sud-Isole			
50- Commercio di auto e carburante	-4	-9	-13
51- Commercio all'ingrosso e intermediari	-4	+4	0
52- Commercio al dettaglio	+13	-25	-12
Totale commercio Sud-Isole	+5	-30	-25

Fonte: Indagine forze di lavoro (Cescom Istat Indis 1998)

1.5 - Aspetti di metodo

1.5.1. La base dati

I dati sono riferiti al commercio al dettaglio in sede fissa, rilevato a scala comunale dall'Osservatorio Regionale del Commercio. La serie statistica piemontese disponibile è il dato annuale nell'arco temporale 1984-1998.

La piccola distribuzione (PD) rileva il numero dei negozi con superficie di vendita inferiore a 200 mq., suddiviso in due classi di dimensione (fino a 80 mq. e 81-199 mq.) e in due comparti merceologici (alimentare e non alimentare).

La grande distribuzione (GD) rileva sia il numero sia la superficie di vendita di tutti gli esercizi commerciali con una dimensione superiore ai 400 mq., suddivisi in due categorie: i supermercati e le grandi strutture (grandi magazzini, ipermercati, centri commerciali).

La distribuzione intermedia (DI) raggruppa le due tipologie residue: i minimercati alimentari (200-400 mq.) e i mediograndi negozi non alimentari specializzati (oltre 200 mq.); rileva sia il numero sia la superficie di vendita degli esercizi.

La distribuzione moderna (DM) costituisce l'aggregazione di distribuzione intermedia e grande distribuzione (DI + GD).

Per descrivere, e poi interpretare nel modello, l'evoluzione dell'apparato distributivo in sede fissa piemontese si sono considerati due sottoperiodi (1984-1991 e 1991-1998), oltre all'intero arco temporale coperto dalla banca dati (1984-1998). Per ciascuna componente del sistema distributivo si è calcolata: a) la variazione percentuale relativa ai tre periodi indicati; b) la densità (per 1000 abitanti) nei tre anni considerati di numero e superficie dei punti vendita; c) l'effetto di sostituzione fra piccola e

grande distribuzione (in termini di numero di piccoli negozi persi a fronte di 1000 mq. di crescita della GD nel periodo) e, più in particolare, fra le più piccole botteghe alimentari e i minimercati (in termini di botteghe alimentari fino a 80 mq. perse a fronte di 100 mq. di crescita dei minimercati alimentari). Infine si è calcolata: d) una stima della superficie di vendita dei negozi della PD, che consente sia di attribuire le rispettive quote di composizione percentuale alle tre componenti del sistema distributivo considerate (PD, DI, GD) sia di valutarne la dinamica evolutiva.

A scala di ripartizione territoriale si sono considerate 49 aree complessivamente. Si tratta del totale regionale; delle 8 province; di 29 aggregazioni di comuni appartenenti alle 28 aree commerciali (con disaggregazione di quella torinese in Torino città e resto area); del totale delle aree commerciali; degli 8 complementi provinciali (comuni non appartenenti alle aree commerciali ripartiti per provincia); del totale dei complementi provinciali; dell'insieme dei 18 comuni caratterizzati da doppia appartenenza ad aree commerciali.

1.5.2. La classificazione territoriale

Per una prima considerazione di sintesi si è predisposto uno schema di classificazione delle aree territoriali che tiene conto degli andamenti di PD (misurati in termini di variazioni 1984-1998 del numero di negozi) e di GD (in termini di variazione 1984-1998 della superficie di vendita in mq) rispetto alle corrispondenti variazioni medie piemontesi.

La matrice così generata consente anche una prima elaborazione, dei dati della serie statistica, utilizzabile a fini descrittivi (cfr. schema n.4).

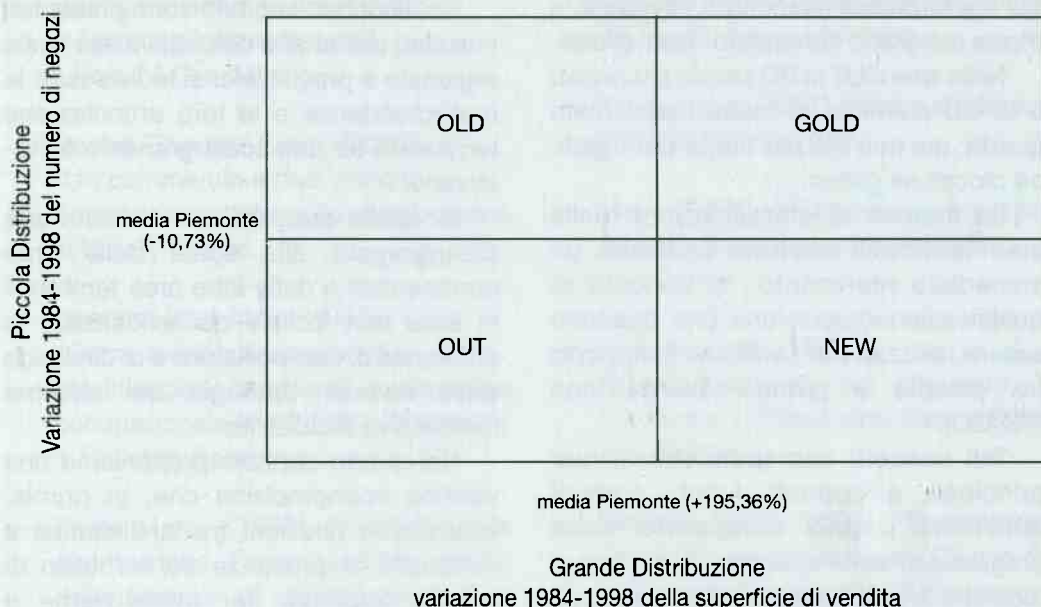


Tabella 5. Tipologie di area territoriale

Tipologie	Variazione 1984-1998 rispetto alla media regionale	
	Piccola Distribuzione (numero)	Grande Distribuzione (superficie)
GOLD	+	+
NEW	-	+
OLD	+	-
OUT	-	-

Le quattro tipologie GOLD, NEW, OLD, OUT, corrispondono, in altri termini, alle quattro possibili combinazioni dei due andamenti di lungo periodo di PD e di GD (cfr. tabella 5).

Le tipologie della matrice di classificazione consentono di approfondire l'analisi ed individuare le subaree territoriali ove la tendenza generale risulta rafforzata in intensità (aree NEW), oppure le subaree in controtendenza,

parziale o totale, rispetto alla dinamica generale (aree GOLD, OLD, OUT).

Nelle aree GOLD ad una maggior crescita della GD corrisponde una minor flessione (o una crescita) della PD: qui c'è trippa per tutti i gatti, grossi e piccoli.

Nelle aree NEW la GD accentua la crescita e la PD si contrae più rapidamente: qui i gatti grossi sottraggono la trippa ai gatti piccoli.

1.6 - La struttura del rapporto

Nelle aree OLD la PD argina la flessione (o cresce) e la GD si sviluppa di meno: qui i gatti piccoli riescono a difendere la trippa malgrado aumentino i gatti grossi.

Nelle aree OUT la PD chiude più negozi e la GD aumenta di meno i suoi metri quadri: qui non c'è più trippa per i gatti, né piccoli né grossi.

La matrice di classificazione delle aree territoriali adottata consente un immediato riferimento ai concetti di qualificazione/espulsione che possono essere utilizzati per verificare il rapporto fra piccola e grande distribuzione (PD/GD).

Tali concetti corrispondono ai due principali, e opposti, luoghi comuni attraverso i quali il rapporto viene pregiudizialmente spiegato. Da un lato si dice che la grande distribuzione scaccia la piccola: quella apre e questa chiude.

Dall'altro lato si ritiene che il successo di una forma distributiva possa giovare anche all'altra, sottintendendo il carattere sostanzialmente esogeno delle condizioni che determinano il successo. Orbene, la collocazione nei quadranti NEW e OLD, caratterizzati da andamenti di segno alternativo fra PD e GD, rafforzano il primo luogo comune, che fa riferimento al concetto di espulsione. Viceversa la collocazione nei quadranti GOLD e OUT, caratterizzati da andamenti di uguale segno, rafforzano il secondo luogo comune, che fa riferimento al concetto di qualificazione.

Per ciascuna ripartizione territoriale è stata inoltre determinata la tipologia di appartenenza (gold, new, old, out) con riferimento alla matrice di classificazione delle aree territoriali adottata. Tale tipologia tiene conto degli andamenti della PD e della GD nelle singole aree, rispetto al dato medio regionale corrispondente.

Nel secondo capitolo sono presentati i risultati dell'analisi descrittiva alla scala regionale e provinciale: si individuano le macro tendenze e la loro articolazione territoriale ad una scala grande e istituzionale.

In quello successivo l'analisi viene disaggregata alla scala delle aree commerciali e delle altre aree territoriali in esse non incluse per evidenziare la differenza di composizione e di dinamica delle diverse tipologie del sistema distributivo localizzato.

Nel quarto capitolo proponiamo una verifica econometrica che, in primis, esamina le relazioni fra la dinamica e l'intensità di presenza sul territorio di queste tipologie per evidenziarne e misurarne eventuali nessi di causalità; successivamente passa a considerare altre variabili (territoriali, demografiche, reddituali, strutturali, istituzionali) che possono contribuire a spiegare l'evoluzione e le dinamiche di grande e di piccola distribuzione.

Infine, nel capitolo conclusivo, verranno riassunti i nodi salienti dell'analisi descrittiva ed econometrica ed esporremo una ipotesi di valutazione complessiva sulle trasformazioni del sistema distributivo regionale, come base per alcune indicazioni sulla sua futura evoluzione e sulle politiche ad essa relative.

1.7 - Bibliografia

- Boario Federico e altri (1999), "Marketing internazionale", Il Sole 24 Ore, Milano.
- Centro Einaudi / Sisim (2000), "Un commercio a due velocità. Secondo rapporto sulla distribuzione in Italia", Torino.
- Cescom-Istat-Indis (1998), "Come cambia il commercio. Modificazioni strutturali e dinamica occupazionale (1980-'96)", Argomenti n.13, Istat, Roma.
- Filser Marc (1992), "I canali della distribuzione. Organizzazione, analisi delle formule di vendita, metodi di gestione", Etaslibri, Milano.
- Gist Ronald R. (1968), "Retailing: Concepts and Decisions", Wiley and Sons, New York.
- Malerba Carlo (1997), "Ambulanti – Mercati – Fiere – Botteghe", Nuovo Cescot, Confesercenti regionale Emilia Romagna, Bologna.
- Nordiconad (2001), "Piano strategico 2001-2003", Modena
- Ires (1999), "Piemonte Economico Sociale. Relazione annuale 1998", Ires, Torino.
- Varbella Luigi (1996), "L'assestamento del discount in Piemonte", Documenti Ires n.3/96, Ires, Torino.
- Varbella Luigi (1999), "Commercio: dimensione e occupazione. Gli anni 90 in Piemonte", paper alla XX Conferenza A.I.S.Re, Piacenza

2. L'EVOLUZIONE REGIONALE E PROVINCIALE

2.1 - L'evoluzione regionale

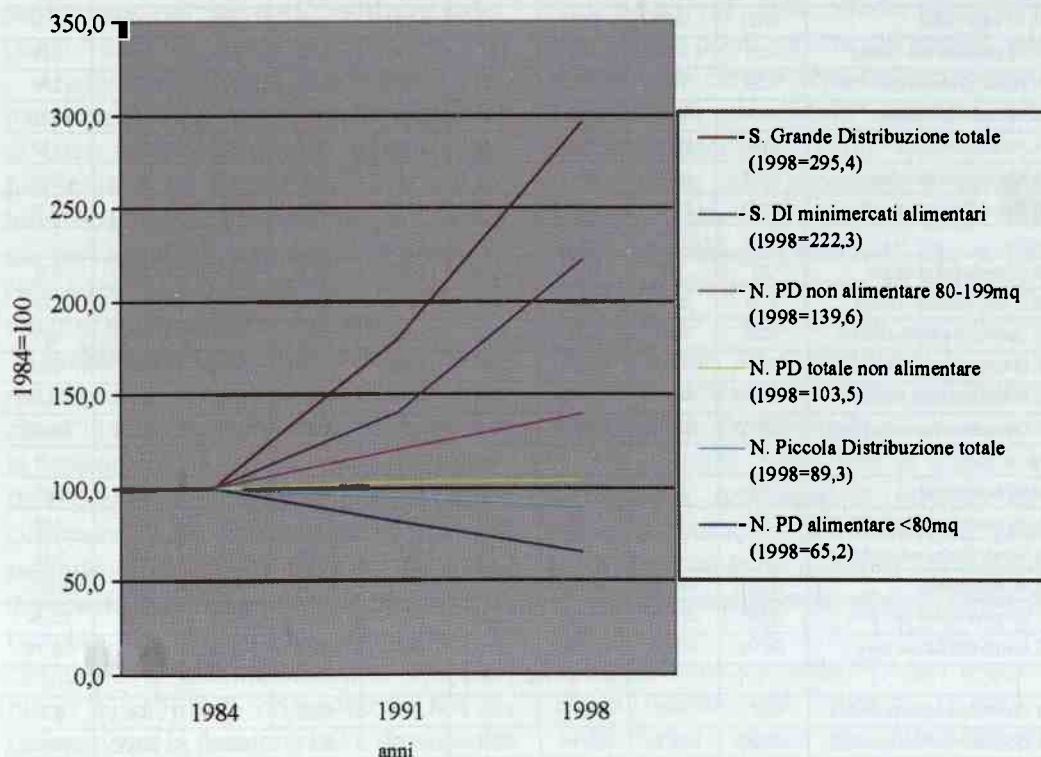
Fra il 1984 e il 1998 la piccola distribuzione (PD) ha perso 7.596 punti di vendita, oltre 1 negozio su 10 (-10,73%) e la grande distribuzione (GD) ha quasi triplicato la propria superficie di vendita (+195,36%), raggiungendo nel 1998 gli 827.340 metri quadrati totali a fronte dei 280.116 del 1984.

Dunque nel 1984 c'erano in Piemonte 15,98 piccoli negozi ogni 1.000 abitanti che sono diventati 14,73 nel 1998. Inoltre, i 63,22 mq. per 1.000 abitanti che caratterizzavano la grande distribuzione

nel 1984 sono diventati 192,79 al 1998.

Concorrono a determinare la flessione della PD quasi esclusivamente le botteghe alimentari più piccole (<80 mq.): poco più di una su tre chiude (-34,80%). Diminuiscono anche le più piccole botteghe non alimentari, ma in misura contenuta (-2,71% nell'intero periodo). In controtendenza le botteghe più grandi (80-199 mq.), una su tre in più nel periodo 1984-1998 (+33,22%) ed in particolare quelle del comparto non alimentare (+39,56%). La flessione della PD si distribuisce uniformemente nei due sottoperiodi, con una lieve

Grafico a. Dinamica 1984-1998 delle tipologie commerciali (1984=100)



accentuazione in quello più recente: -6,13% il numero del totale negozi PD nel periodo 1991-1998 e -4,90% in quello 1984-1991; -20,18% la riduzione 1991-1998 delle più piccole botteghe alimentari che già erano diminuite del -18,31% fra il 1984 e il 1991. Tutta la flessione delle più piccole botteghe non alimentari si concentra invece nel secondo periodo: -2,86% fra il 1991 e il 1998 (cfr. tabella 6).

Concorrono a determinare la crescita della GD sia l'insieme delle grandi strutture,

in termini di superficie di vendita (+248,99% nell'intero periodo) e in particolare nel primo sottoperiodo (+136,99 nella seconda metà degli anni 80), sia i supermercati, in termini di numero dei punti vendita (+196,32% fra il 1984 e il 1998) e in particolare nel secondo sottoperiodo (+107,30 negli anni 90).

Anche la DI è in sviluppo: a determinarlo è soprattutto la vivace dinamica dei minimercati alimentari che raddoppiano il numero degli esercizi in attività

Tabella 6. Piemonte

	Valori Assoluti			Variazioni %			x 1.000 abitanti		
	1984	1991	1998	84-91	9198	84-98	1984	1991	1998
Popolazione residente	4431064	4356227	4291441	-1,69	-1,49	-3,15	-	-	-
N. PD alimentare <80mq	26314	21495	17157	-18,31	-20,18	-34,80	5,94	4,93	4,00
N. PD non alimentare <80mq	36807	36863	35810	0,15	-2,86	-2,71	8,31	8,46	8,34
N. PD totale <80mq	63121	58358	52967	-7,55	-9,24	-16,09	14,25	13,40	12,34
N. PD alimentare <80 - 199mq	1372	1408	1426	2,62	1,28	3,94	0,31	0,32	0,33
N. PD non alimentare <80 - 199mq	6329	7589	8833	19,91	16,39	39,56	1,43	1,74	2,06
N. PD totale <80 - 199mq	7701	8997	10259	16,83	14,03	33,22	1,74	2,07	2,39
N. PD totale alimentare	27686	22903	18583	-17,28	-18,86	-32,88	6,25	5,26	4,33
N. PD totale non alimentare	43136	44452	44643	3,05	0,43	3,49	9,73	10,20	10,40
N. Piccola Distribuzione totale	70822	67355	63226	-4,90	-6,13	-10,73	15,98	15,46	14,73
N. DI minimercati alimentari	277	377	577	36,10	53,05	108,30	0,06	0,09	0,13
N. DI extra-alimentari >199mq	2773	3277	3686	18,18	12,48	32,92	0,63	0,75	0,86
N. Distribuzione Intermedia totale	3050	3654	4263	19,80	16,67	39,77	0,69	0,84	0,99
S. DI minimercati alimentari	78234	109505	173928	39,97	58,83	122,32	17,66	25,14	40,53
S. DI extra-alimentari >199mq	1450916	1670619	1826132	15,14	9,31	25,86	327,44	383,50	425,53
S. Distribuzione Intermedia totale	1529150	1780124	2000060	16,41	12,36	30,80	345,10	408,64	466,06
N. GD supermercati	163	233	483	42,94	107,30	196,32	0,04	0,05	0,11
N. GD grandi strutture (GM; IPER, C.C.)	78	99	118	26,92	19,19	51,28	0,02	0,02	0,03
N. Grande Distribuzione totale	241	332	601	37,76	81,02	149,38	0,05	0,08	0,14
S. GD supermercati	150211	195799	373988	30,35	91,01	148,98	33,90	44,95	87,15
S. GD grandi strutture (GM, IPER, C.C.)	129905	307858	453352	136,99	47,26	248,99	29,32	70,67	105,64
S. Grande Distribuzione totale	280116	503657	827340	79,80	64,27	195,36	63,22	115,62	192,79
N. Distribuzione Moderna (DI+GD)	3291	3986	4864	21,12	22,03	47,80	0,74	0,92	1,13
S. Distribuzione Moderna (DI+GD)	1809266	2283781	2827400	26,23	23,80	56,27	408,31	524,26	658,85

Tabella 7. Superficie di vendita in Piemonte per componente del sistema distributivo

componente	Numero di metri quadrati			Composizione percentuale		
	1984	1991	1998	1984	1991	1998
Piccola Distribuzione	3.525.970	3.503.930	3.452.350	66,1	60,5	55,0
Distribuzione Intermedia	1.529.150	1.780.124	2.000.060	28,7	30,8	31,8
Grande Distribuzione	280.116	503.657	827.340	5,3	8,7	13,2
Totale Piemonte	5.335.236	5.787.711	6.279.750	100,0	100,0	100,0

Il dato PD è stimato.

(+108,30% nel periodo 1984-1998) e ancor più incrementano la superficie di vendita complessiva (+122,32%). Anche i minimercati, come già si è visto per i supermercati, concentrano la crescita in particolare nel secondo sottoperiodo (1991-1998).

L'aggregato della DM (distribuzione moderna: DI+GD) incrementa mediamente di circa il 50% la propria consistenza piemontese, fra il 1984 e il 1998, sia in termini di numero di esercizi (+47,80%) sia in termini di superficie di vendita (+56,27%) e la crescita risulta uniforme nei due sottoperiodi considerati.

In sintesi: la PD decresce uniformemente nell'intero periodo e perde complessivamente circa l'11% dei punti vendita. A compensare la flessione c'è la crescita della superficie delle grandi strutture (ipermercati e centri commerciali in particolare) nel primo periodo 1984-1991: questo risultato induce ad ipotizzare una spiegazione del ridimensionamento della PD in termini di "espulsione" dal mercato ove entrano nuovi e più forti competitori. Ma a compensare la flessione PD c'è anche la

crescita del numero di minimercati e di supermercati nel secondo periodo 1991-1998: questo risultato induce invece ad ipotizzare una spiegazione del ridimensionamento della PD in termini di "qualificazione" della offerta alimentare che utilizza punti vendita più evoluti, ma pur sempre caratterizzati da una localizzazione "di prossimità" rispetto alla residenza dei consumatori.

La stima della superficie di vendita della PD (ottenuta attribuendo 40 mq. medi alle botteghe fino a 80 mq. e 130 mq. medi alle botteghe fra 80 e 199 mq.) consente di confrontare la consistenza "fisica" delle tre componenti in cui è stato qui suddiviso il sistema distributivo piemontese (cfr. tabella 7).

Nel periodo 1984-1998 la superficie di vendita complessiva cresce, nel sistema distributivo piemontese, di quasi un milione di metri quadrati (+944.514).

La GD rappresenta oltre la metà di tale crescita (+547.224). A fronte di ciò sta una flessione della PD pari a poco più di 70 mila metri quadrati (-73.620).

Di fronte a queste cifre riesce difficile

immaginare che basti rallentare la crescita della GD per invertire la tendenza della PD. O meglio, al contrario, è chiaro che la crescita della GD non si esaurisce nell'effetto di sostituzione della flessione della PD. La crescita della dimensione complessiva del settore distributivo in sede fissa è tale che gli strumenti organizzativi e gestionali di cui dispone la PD (nella accezione tradizionale) non sono più in grado di rispondere alle nuove esigenze di funzionamento del mercato: è questa l'ipotesi di orientamento che può essere adottata. Tanto più che una crescita di dimensione analoga a quella della GD interessa anche la componente DI (+470.910 mq. fra il 1984 e il 1998). L'elemento più dinamico della DI è, come visto, il minimercato alimentare. Questa tipologia non rappresenta certo una radicale trasformazione della bottega tradizionale, appare piuttosto come una evoluzione di quest'ultima rispetto alle nuove esigenze poste dall'ampliamento dell'assortimento e dalla accelerazione della rotazione delle

merci. E, in particolare, non implica uno stravolgimento della struttura localizzativa dell'apparato distributivo, che viceversa caratterizza le grandi strutture della GD: ipermercati e centri commerciali.

In sintesi si può ipotizzare che le piccole botteghe alimentari si siano trasformate e concentrate in una rete di minimercati che contendono con successo alla GD gli ampi spazi di crescita del sistema distributivo che ha caratterizzato, in Piemonte, la seconda metà degli anni 80 e gli anni 90 fino alla riforma del commercio.

In termini di composizione percentuale della superficie di vendita la PD, che deteneva al 1984 i due terzi dei metri quadrati piemontesi (66,1%, cfr. tab.7), riduce la propria incidenza a poco più della metà dei mq. nel 1998 (55,0%).

La GD va oltre il raddoppio della propria quota iniziale (5,3% al 1984) e raggiunge una dimensione a due cifre: 13,2% al 1998. La DI cresce erodendo qualche punto percentuale (dal 28,7% al 1984 al 31,8% al 1998, attraverso il 30,8% del 1991), ma mantiene una

Tabella 8. Parametri di sostituzione fra diminuzione dei negozi della PD e crescita della superficie di vendita della GD

	Numero punti vendita della PD totale persi ogni 1.000 mq di crescita della GD totale		
	1984-1991	1991-1998	1984-1998
Totale Piemonte	-16	-13	-14

Tabella 9. Parametri di sostituzione fra diminuzione dei piccoli negozi alimentari (<80 mq.) e crescita della superficie di vendita dei minimercati alimentari (DI, 200-399 mq.)

	Numero punti vendita alimentari <80 mq. persi ogni 100 mq. di crescita dei minimercati alimentari		
	1984-1991	1991-1998	1984-1998
Totale Piemonte	-15	-7	-10

incidenza sostanzialmente ancorata al 30% del totale.

In termini di parametri risulta che ad ogni 1.000 mq. di incremento della superficie di vendita GD corrisponde, fra il 1984 e il 1998, la perdita di 14 negozi della PD (cfr. tab. 8; la perdita è più accentuata nel primo sottoperiodo: -16 fra 1984 e 1991 e -13 fra 1991 e 1998). Questo indicatore può essere inteso come una sintetica misura del concetto di "espulsione" utilizzato per spiegare il rapporto fra crescita della GD e ridimensionamento della PD in termini di dimensione complessiva del fenomeno.

Una altrettanto sintetica misurazione del concetto di "qualificazione" (flessione della PD come evoluzione verso forme moderne, ma non di GD) può essere calcolata raffrontando la componente più debole della PD (negozi alimentari <80mq.) con la componente più dinamica della DI (minimercati alimentari). Una crescita pari a 100 mq. della superficie dei minimercati corrisponde a 10 piccole botteghe alimentari (<80mq.) in meno: la riduzione è proporzionalmente

doppia nel primo sottoperiodo (-15 fra 1984 e 1991; -7 fra 1991 e 1998). Quest'ultimo specifico effetto di sostituzione (di "qualificazione") non è cumulabile con quello generale (di "espulsione") prima indicato, bensì contribuisce a spiegare la componente più importante e consistente del cambiamento.

Entrambi i confronti segnalano che la tendenza della PD a perdere punti di vendita si va indebolendo. Anche, e soprattutto, nel comparto dei piccoli alimentari, quello che ha subito il più consistente ridimensionamento nel periodo 1984-1998.

2.2 - La dinamica nelle province

La flessione della PD si diversifica, anche significativamente, in alcuni casi provinciali. E' minore in provincia di Asti (-6,47 rispetto al -10,73 medio piemontese) e, più in generale in tutte le province meridionali dove non raggiunge

Tabella 10. Variazione percentuale 1984-1998 delle componenti più dinamiche del sistema distributivo nelle province piemontesi

Province	Numero negozi PD alimentare <80mq.	Numero negozi PD totale	Superficie minimercati alimentari	Superficie GD totale
Torino	-37,36	-10,13	+139,12	+200,45
Vercelli	-39,05	-14,45	+148,33	+270,38
Novara	-36,30	-12,95	+114,24	+240,51
Cuneo	-28,24	-8,58	+146,41	+160,63
Asti	-25,69	-6,47	+181,25	+162,30
Alessandria	-30,20	-8,74	+22,12	+242,48
Biella	-44,68	-19,65	+242,86	+100,01
Verbania	-37,03	-17,02	+208,72	+123,96
Tot.Piemonte	-34,80	-10,73	+122,32	+195,36

la dimensione a due cifre (-8,58 a Cuneo e -8,74 ad Alessandria). La maggior contrazione dei piccoli negozi si registra in provincia di Biella (-19,65) ed appare consistente anche in provincia di Verbania (-17,02).

Anche nel caso dei più piccoli negozi alimentari (<80mq.) è ancora quello della provincia di Asti il caso di miglior tenuta (-25,69 contro il -34,80 medio regionale); anche Cuneo contiene la flessione (-28,24) al di sotto del 30%.

Si conferma anche Biella come caso di massima flessione provinciale (-44,68), seguito questa volta dal caso di Vercelli (-39,05).

A compensare tali flessioni la provincia di Biella registra il dato di maggior sviluppo della superficie di vendita dei minimercati alimentari (+242,86 a fronte del +122,32 medio piemontese) seguita da Verbania (+208,72). La provincia di Vercelli raggiunge invece il primato nello sviluppo della superficie di vendita della GD (+270,38 contro +195,36 medio

regionale). Significativo lo sviluppo della GD anche nei casi di Alessandria (+242,48) e di Novara (+240,51).

Da segnalare, in complesso, la dinamica in provincia di Alessandria, dove la forte crescita della GD si accompagna ad uno dei casi provinciali di più contenuta flessione della PD (cfr. tabella 10).

Misuriamo ora la diversa concentrazione relativa (intensità di presenza per 1.000 abitanti) delle componenti dell'apparato distributivo di cui abbiamo esaminato la dinamica nel periodo 1984-1998 (cfr. tabella 11).

La provincia di Alessandria presenta, a fine periodo, il dato di maggior concentrazione sia della PD (sia alimentare 5,9 contro 4,3 regionale; sia totale 18,6 contro 14,7) sia della GD (245,6 contro 192,8). Questo risultato è in linea con le variazioni di periodo evidenziate dall'analisi della dinamica, ma si può ipotizzare che dipenda da un concorso di caratterizzazioni che connotano il territorio provinciale. I punti di forza della PD stanno, da

Tabella 11. Intensità di presenza delle principali tipologie distributive nelle province piemontesi al 1984 e al 1998 (numero di punti vendita per 1.000 abitanti della PD alimentare e della PD totale; mq. di superficie di vendita per 1.000 abitanti dei minimercati alimentari e della GD totale).

province	Numero negozi per 1.000 abitanti				Mq. superficie di vendita per 1.000 abitanti			
	PD alimentare		PD totale		Minimercati alimentari		GD totale	
	1984	1998	1984	1998	1984	1998	1984	1998
Torino	5,5	3,7	14,2	13,2	14,9	37,0	60,7	189,9
Vercelli	6,6	4,4	17,7	16,0	20,5	53,7	55,9	218,8
Novara	5,8	3,8	15,9	13,7	14,8	31,4	69,5	233,7
Cuneo	7,1	5,2	18,7	17,0	22,6	55,0	65,9	170,0
Asti	7,4	5,8	17,3	16,4	13,3	38,0	39,8	106,0
Alessandria	7,8	5,9	19,2	18,6	33,2	43,1	67,5	245,6
Biella	6,6	4,1	16,4	13,9	9,2	32,2	75,8	159,4
Verbania	7,7	5,2	19,5	16,9	15,4	49,9	88,1	206,2
Tot.Piemonte	6,3	4,3	16,0	14,7	17,7	40,5	63,2	192,8

un lato, nella elevata frammentazione comunale e residenziale che caratterizza le aree collinari (in particolare il Casalese a nord) e quelle montane (a sud); dall'altro lato, nella presenza di molti centri urbani medi oltre al capoluogo (Casale Monferrato, Acqui Terme, Tortona, Novi Ligure). E' noto che i centri storici delle città e i piccoli comuni sparsi sono le localizzazioni preferite dai piccoli negozi e i contesti territoriali dove la PD riesce a difendere meglio le proprie posizioni.

I punti di forza della GD stanno nella ricca dotazione di linee di comunicazione che caratterizza la pianura centrale del territorio provinciale e che connota da tempo l'area del capoluogo come importante nodo logistico. Sono queste le condizioni localizzative che la GD predilige, in particolare per l'insediamento delle grandi strutture (ipermercati e centri commerciali), perché agevolano il rifornimento di merci. Ed è proprio intorno ai nodi autostradali di Alessandria, di Tortona e di Novi Ligure che si è osservata una particolare concentrazione delle nuove aperture della GD in

Piemonte negli anni 90.

Nel caso di Novara l'elevata concentrazione di GD (233,7 mq. per 1.000 abitanti) si associa viceversa con un dato di estrema rarefazione della PD alimentare (3,8 negozi per 1.000 abitanti), seconda soltanto a quella di Torino (3,7 negozi per 1.000 abitanti).

La piccola distribuzione alimentare resiste bene anche in provincia di Asti (5,8 negozi per 1.000 abitanti), mentre quella di Cuneo ha il primato di presenza relativa dei minimercati alimentari (55,0 mq. per 1.000 abitanti) e presenta una elevata diffusione dei piccoli negozi (17,0 per 1.000 abitanti, una quota inferiore solo al 18,6 di Alessandria). Anche nel caso di Cuneo si può ipotizzare che siano le ben note difficoltà logistiche ad aver limitato lo sviluppo della forma minimercato il processo di modernizzazione dell'apparato distributivo provinciale.

Con riferimento alle tre componenti in cui abbiamo disaggregato l'apparato distributivo del Piemonte (PD, DI e GD) possiamo esaminare la diversa composizione percentuale della superficie di

Tabella 12. Composizione percentuale della superficie di vendita nelle province piemontesi per componente del sistema distributivo (Piccola Distribuzione, Distribuzione Intermedia, Grande Distribuzione) al 1984, al 1991 e al 1998

province	1984			1991			1998			Totale
	PD	DI	GD	PD	DI	GD	PD	DI	GD	
Torino	63,9	30,5	5,5	59,8	30,7	9,5	54,4	31,0	14,6	100,0
Vercelli	71,2	24,4	4,4	61,4	29,3	9,2	53,4	33,1	13,5	100,0
Novara	53,7	41,7	4,6	51,4	38,6	9,9	47,9	38,0	14,1	100,0
Cuneo	71,3	23,7	5,0	63,1	29,1	7,7	56,6	33,4	10,0	100,0
Asti	79,7	16,4	3,9	76,1	18,3	5,7	69,0	22,6	8,4	100,0
Alessandria	70,1	24,7	5,1	62,7	30,0	7,3	57,4	28,3	14,3	100,0
Biella	65,5	28,9	5,6	57,4	34,6	7,9	51,4	38,9	9,7	100,0
Verbania	72,7	20,9	6,4	61,9	30,5	7,5	55,7	31,7	12,6	100,0
Tot.Piemonte	66,1	28,7	5,3	60,5	30,8	8,7	55,0	31,8	13,2	100,0

vendita che caratterizza le singole province (cfr. tabella 12).

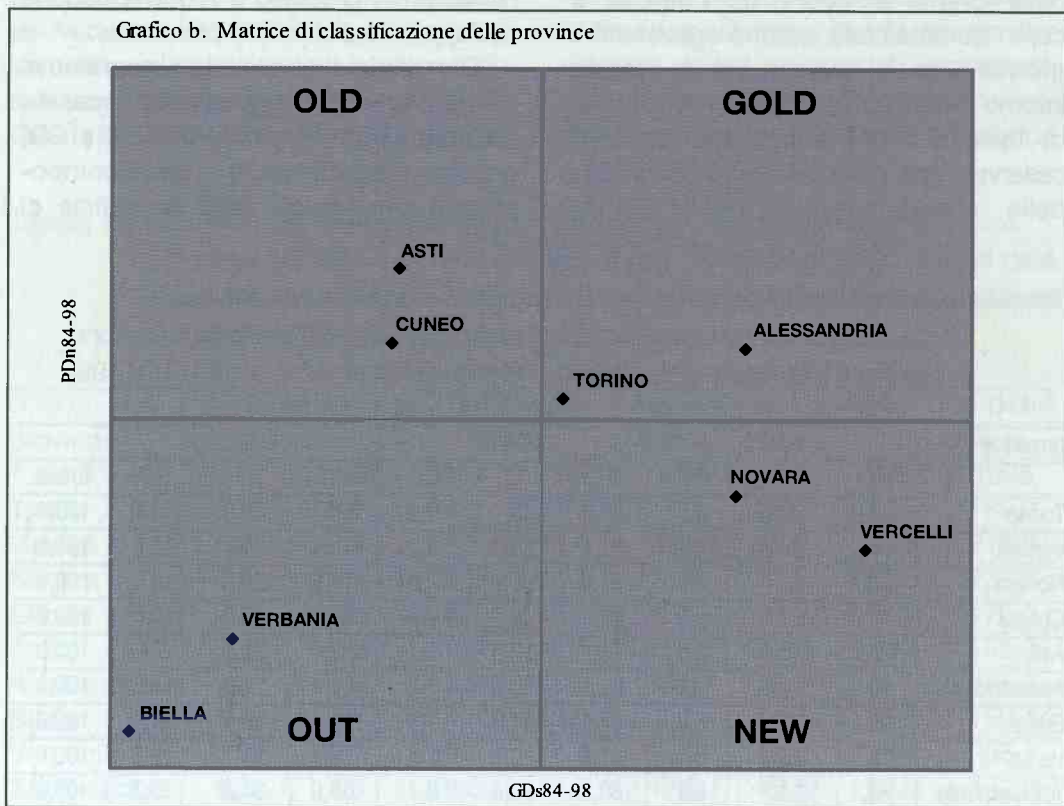
E' la provincia di Asti quella nettamente

più caratterizzata sia per dotazione di PD (69,0%, ben 14 punti sopra la media regionale pari a 55,0%), sia per carenza

Tabella 13. Parametri di sostituzione fra diminuzione dei negozi della PD e crescita della superficie di vendita della GD per provincia

province	Numero punti vendita della PD totale persi ogni 1.000 mq. di crescita della GD totale		
	1984-1991	1991-1998	1984-1998
Torino	-12	-11	-12
Vercelli	-13	-21	-17
Novara	-7	-18	-12
Cuneo	-19	-12	-15
Asti	-31	-10	-17
Alessandria	-17	-8	-10
Biella	-34	-54	-43
Verbania	-94	-14	-30
Totale Piemonte	-16	-13	-14

Grafico b. Matrice di classificazione delle province



di GD e di DI (8,4% e 22,6% rispettivamente e, in entrambi i casi, minimi piemontesi).

La dotazione di GD caratterizza le province di Torino (14,6%), di Alessandria (14,3%) e di Novara (14,1%). I casi di Biella (38,9%) e di Novara (38,0%) segnalano una accentuata presenza di DI. La provincia di Novara (47,9%) è anche quella meno dotata di PD.

I parametri di sostituzione fra PD e GD segnalano, ancora una volta, una forte variabilità a scala provinciale. Tale variabilità riguarda sia il livello del parametro (ovvero il numero di piccoli negozi "persi" in corrispondenza di una crescita di superficie di vendita della GD pari a 1.000 mq.), sia la tendenza indicata dal parametro (a ridursi o a crescere nel periodo considerato 1984-1998).

Le province di Biella (-43) e di Verbania (-30) sono quelle dove il livello è più alto; la provincia di Alessandria (-10) è viceversa l'area territoriale dove il livello è più basso. Nelle aree di Biella, di Vercelli e di Novara il valore del parametro cresce nel secondo sottoperiodo (1991-1998) rispetto al primo (1984-1991), e ciò in controtendenza rispetto all'andamento medio regionale. Viceversa le province di Verbania (-14 rispetto a -94) e di Asti (-10 rispetto a -31) rappresentano i casi di più marcata tendenza alla riduzione nel tempo del parametro di sostituzione.

Se si considera, infine ed in estrema sintesi, la matrice di classificazione delle aree territoriali (costruita secondo la metodologia esposta in schema 4) si ottiene un risultato di equidistribuzione delle province piemontesi rispetto alle quattro tipologie individuate: due province per ognuno dei quattro quadranti con riferimento alla dinamica del periodo 1984-1998.

Le province "Gold" sono quelle di Alessandria e di Torino (i piccoli negozi si riducono di meno e la superficie della GD cresce di più, rispetto alla media regionale).

Le province "Out", al contrario, sono quelle di Biella e di Verbania (i piccoli negozi si riducono di più e la superficie della GD cresce di meno, rispetto alla media regionale).

Sull'altra diagonale troviamo le province "New", quelle di Vercelli e di Novara ove la PD si riduce di più e la GD cresce di più; e le province "Old", quelle di Asti e di Cuneo ove la PD si riduce di meno e la GD cresce di meno.

Visto che le due diagonali (Old-New e Out-Gold) sono associabili rispettivamente ai concetti di "sostituzione" (la GD cresce a scapito della PD) e di "qualificazione" (le potenzialità di crescita favoriscono sia la GD sia la PD), l'esito della classificazione territoriale non ci consente di concludere nulla circa la prevalenza dell'uno o dell'altro concetto, in termini di capacità di interpretazione dell'assetto del sistema distributivo e delle sue trasformazioni, quantomeno basandoci solo sulla analisi descrittiva.

3. LA DINAMICA NELLE AREE COMMERCIALI

3.1 - Le aree commerciali e i complementi provinciali

Le aree commerciali e i complementi provinciali rappresentano la seconda articolazione territoriale dei dati regionali, oltre quella per province,

considerata nella presente indagine. Si tratta complessivamente di 37 aree: 29 aree commerciali (una in più rispetto alle 28 aree di programmazione commerciale, definite dalla L.R.n.28/12.11.1999, perché quella di Torino è stata disaggregata in comune capoluogo e resto area) e 8

Tabella 14. Variazione percentuale 1984-1998 delle componenti più dinamiche del sistema distributivo nelle aree commerciali piemontesi

Aree commerciali	Numero negozi PD alimentare <80mq.	Numero negozi PD totale	Superficie minimercati alimentari	Superficie GD totale
1. Acqui Terme	-12,92	+11,92	-13,51	+231,67
2. Alba	-11,85	+8,06	+14,50	+75,30
3. Alessandria	-32,85	-6,31	-1,40	+238,81
4. Arona	-33,54	-7,39	+82,95	+236,38
5. Asti	-25,51	+0,56	+102,92	+105,02
6. Biella	-43,96	-17,94	+142,53	+102,40
7. Borgomanero	-38,10	-10,67	-3,89	+74,62
8. Borgosesia	-34,23	-15,34	+185,18	+293,16
9. Bra	-28,38	-11,97	-0,06	+1702,41
10. Carmagnola	-35,96	-6,56	+276,90	+143,17
11. Casale Monferrato	-52,90	-25,25	+230,69	+154,45
12. Chieri	-28,09	-0,46	+282,67	+416,06
13. Chivasso	-32,24	-8,52	+20,13	+774,39
14. Ciriè	-20,19	+0,49	+44,56	+182,00
15. Cuneo	-29,93	-7,60	+146,55	+48,05
16. Domodossola	-27,95	-16,54	+268,00	+112,21
17. Fossano-Savigliano	-32,99	-13,60	+163,82	+401,77
18. Ivrea	-26,06	-10,75	+267,75	+298,66
19. Mondovì	-26,53	-2,85	+142,48	+64,44(*)
20. Novara	-39,08	-11,27	+58,95	+159,81
21. Novi Ligure	-25,00	+2,44	+37,17	+365,23
22. Omegna	-47,44	-23,92	+352,81	+312,47
23. Ovada	+4,44	-0,23	--(**)	+69,72
24. Pinerolo	-33,99	-3,55	+1635,05	+177,77
25. Saiuzzo	-36,79	-14,38	+68,80	+483,23
26a. Torino Città	-44,54	-14,08	+250,28	+111,77
26b. Torino Resto Area	-31,69	-2,85	+88,48	+243,57
27. Verbania	-43,70	-17,89	+194,66	+49,63
28. Vercelli	-38,23	-5,38	+136,23	+407,71
Tot. Aree commerciali	-36,30	-9,58	+116,82	+181,69

(*) è la variazione 1991-1998 perché al 1984 la GD non è presente.

(**) i minimercati alimentari non sono presenti né al 1984, né al 1998.

complementi provinciali (aggregati provinciali dei comuni non appartenenti alle aree commerciali). Si tratta di una scomposizione territoriale molto più dettagliata che costituisce altresì la base per la rappresentazione cartografica delle più significative elaborazioni allegata al presente capitolo.

Il maggior dettaglio territoriale evidenzia una ulteriore (rispetto al dato provinciale) forte accentuazione della variabilità che caratterizza le tendenze delle principali componenti il sistema distributivo al dettaglio in sede fissa.

Sono cinque le aree commerciali dove i piccoli negozi aumentano di numero, considerando la PD in totale (cfr. tabella 14). In due casi si tratta di uno sviluppo consistente: Acqui Terme (+11,92) e Alba (+8,06). Gli altri tre casi sono Novi Ligure (+2,44), Asti (+0,56) e Ciriè (+0,49).

Le aree commerciali dove, al contrario, si accentua ulteriormente la tendenza al ridimensionamento della PD (-9,58 la media delle aree nel periodo 1984-1998)

sono quelle di Casale Monferrato (-25,25) e di Omegna (-23,92). In entrambi i casi la perdita di piccoli negozi è più che doppia della media piemontese: uno su quattro contro uno su dieci. La flessione è rilevante anche a Biella (-17,94), a Verbania (-17,89) e a Domodossola (-16,54): poco meno di un negozio su cinque in meno.

L'unico caso di crescita dei piccoli negozi alimentari (<80 mq. di superficie di vendita) è Ovada (+4,44) e si associa all'unico caso di assenza dei minimercati alimentari sia a inizio (1984) sia a fine (1998) periodo. I casi di maggior riduzione del numero di negozi sono ancora, come per la PD totale, quelli di Casale (-52,90) e di Omegna (-47,44); si segnala inoltre Torino città (-44,54) insieme alle conferme di Biella (-43,96) e di Verbania (-43,70).

I minimercati alimentari crescono rapidamente nei casi di Pinerolo e di Omegna, ma si ridimensionano ad Acqui Terme, ad Alessandria, a Borgomanero e a Bra.

Tabella 15. Variazione percentuale 1984-1998 delle componenti più dinamiche del sistema distributivo nelle aree commerciali piemontesi

Complementi provinciali	Numero negozi PD alimentare <80mq.	Numero negozi PD totale	Superficie minimercati alimentari	Superficie minimercati alimentari
C.P. Torino	-29,52	-10,62	+51,73	+466,52
C.P. Vercelli	-41,61	-19,86	+147,79	+83,08
C.P. Novara	-32,81	-16,09	+262,31	+1680,56
C.P. Cuneo	-28,54	-11,95	+225,07	+148,02
C.P. Asti	-25,83	-12,97	+511,58	+302,97
C.P. Alessandria	-28,08	-20,40	+58,30	+90,11(*)
C.P. Biella	-45,49	-21,94	+396,78	+90,02
C.P. Verbania	-32,54	-15,17	+278,57	--(**)
Tot. Complementi Provinciali	-31,38	-14,40	+142,25	+353,65

(*) è la variazione 1991-1998 perché al 1984 la GD non è presente.

(**) la GD non è presente nell'intero periodo considerato.

Bra rappresenta anche il caso di più intensa crescita della superficie della GD, insieme con Chivasso (cfr. tabella 14); si segnalano inoltre Chieri, Chivasso, Fossano-Savigliano, Saluzzo e Vercelli. In tutte le sette aree citate la superficie della GD cresce di oltre il 400% contro una media delle aree commerciali pari a +181,69.

Se si confronta quest'ultimo andamento con quello registrato nell'insieme dei complementi provinciali, pari a +353,65 (cfr. tabella 15) e, inoltre, il +142,25 dei minimercati alimentari con il +116,82 rilevato per il complesso delle aree commerciali, si può concludere che il processo di modernizzazione del sistema distributivo è stato più debole nelle aree commerciali che nel resto del territorio piemontese. I complementi commerciali sono caratterizzati altresì da una maggior debolezza della PD totale (-14,40 contro il -9,58 nelle aree commerciali), che si compone però di una miglior tenuta relativa dei piccoli negozi alimentari (-31,36 contro -36,30).

In particolare sono tre i complementi provinciali (Torino, Novara e Asti) dove la GD cresce di più che non nelle aree commerciali (+181,69 in media). E sono ben sei su otto (Vercelli, Novara, Cuneo, Asti, Biella e Verbania) i complementi provinciali ove la superficie dei minimercati alimentari cresce ad un tasso superiore al +116,82 medio delle aree commerciali.

Da segnalare infine il caso del complemento provinciale di Verbania: è l'unico caso di assenza della GD nell'intero periodo considerato (1984-1998).

Con riferimento alle tre componenti in cui è stato disaggregato l'apparato distributivo al dettaglio in sede fissa del Piemonte (PD, DI, GD) è possibile esaminare la diversa composizione

percentuale della superficie di vendita che caratterizza le singole aree commerciali (cfr. tabella 16) e i singoli complementi provinciali (cfr. tabella 17).

La maggiore incidenza di PD si rileva nell'area di Asti (68,7). Da segnalare anche i casi di Ciriè (61,8), Mondovì (58,9), Saluzzo (58,7) e Torino città (58,0). La superficie della DI caratterizza in particolare l'area di Borgomanero che evidenzia una quota di oltre dieci punti superiore a quella media delle aree commerciali (43,9 contro 32,4). La GD connota soprattutto il caso di Torino Resto Area (26,2) e, inoltre, le aree di Ivrea, di Novi Ligure e di Vercelli con quote superiori al 20% rispetto al 14,9 medio (cfr. tabella 16).

L'incidenza della GD nei complementi provinciali si riduce a meno della metà nel confronto con le aree commerciali. Solo il caso di Novara presenta una quota a due cifre (15,0) allineata al valor medio delle aree. La PD rimane dominante nell'insieme dei complementi provinciali (63,2 in media) e, in particolare, nei casi di Alessandria (80,5) e di Verbania (79,8). In quest'ultimo caso, peraltro, la PD non deve temere il confronto con una GD che, anche nel 1998, non è ancora presente. L'assenza della GD si rileva anche nel caso di Alessandria, ma limitatamente al 1984 (cfr. tabella 17).

Tabella 16. Composizione percentuale della superficie di vendita nelle Aree Commerciali piemontesi per componente del sistema distributivo (Piccola Distribuzione, Distribuzione Intermedia, Grande Distribuzione) al 1984, al 1991 e al 1998

Aree Commerciali	1984			1991			1998			Totale
	PD	DI	GD	PD	DI	GD	PD	DI	GD	
1. Acqui Terme	68,3	25,6	6,1	61,4	28,6	10,1	56,9	28,6	14,5	100,0
2. Alba	68,0	19,2	12,7	51,7	36,3	12,0	50,6	35,1	14,3	100,0
3. Alessandria	70,3	23,0	6,7	60,8	30,6	8,5	54,1	28,7	17,2	100,0
4. Arona	67,8	28,5	3,7	55,1	37,7	7,2	52,2	38,4	9,4	100,0
5. Asti	76,3	18,2	5,5	71,9	21,9	6,2	68,7	22,4	9,0	100,0
6. Biella	61,5	31,5	7,0	57,0	32,4	10,6	51,2	35,7	13,2	100,0
7. Borgomanero	50,9	41,9	7,3	46,8	45,6	7,6	45,4	43,9	10,7	100,0
8. Borgosesia	61,4	33,6	5,0	57,6	33,5	8,8	49,7	33,4	16,8	100,0
9. Bra	75,9	23,2	0,9	63,1	26,7	10,3	51,3	37,5	11,2	100,0
10. Carmagnola	60,1	34,9	5,0	54,2	38,4	7,4	56,3	32,7	11,0	100,0
11. Casale Monferrato	62,4	31,1	6,4	57,8	33,6	8,6	50,2	35,2	14,6	100,0
12. Chieri	70,9	23,8	5,3	54,6	30,4	15,0	52,1	29,3	18,6	100,0
13. Chivasso	74,6	23,3	2,1	59,3	31,7	9,0	52,1	34,9	12,9	100,0
14. Ciriè	62,8	35,1	2,2	63,3	32,7	4,0	61,8	32,7	5,5	100,0
15. Cuneo	63,5	27,0	9,4	57,3	34,9	7,8	50,9	38,4	10,7	100,0
16. Domodossola	73,0	19,1	7,9	52,7	33,1	14,2	50,5	33,8	15,7	100,0
17. Fossano-Savigliano	66,5	29,4	4,1	56,8	30,6	12,7	50,6	33,0	16,3	100,0
18. Ivrea	66,5	25,7	7,8	58,5	30,1	11,5	47,5	27,5	24,9	100,0
19. Mondovì	74,7	25,3	-	68,5	27,6	3,9	58,9	35,7	5,4	100,0
20. Novara	46,8	47,2	6,0	49,6	38,1	12,3	46,4	37,5	16,1	100,0
21. Novi Ligure	68,9	23,4	7,6	54,9	34,7	10,4	49,3	27,9	22,8	100,0
22. Omegna	70,1	25,2	4,8	57,3	37,0	5,8	46,3	38,6	15,0	100,0
23. Ovada	49,8	47,1	3,1	51,6	44,7	3,7	57,8	36,8	5,4	100,0
24. Pinerolo	48,7	46,0	5,3	57,2	33,6	9,1	52,0	32,8	15,2	100,0
25. Saluzzo	70,2	28,7	1,2	61,8	33,7	4,5	58,7	35,4	5,9	100,0
26a. Torino Città	65,6	28,9	5,4	62,0	29,6	8,4	58,0	31,1	10,9	100,0
26b. Torino Resto Area	53,8	36,2	10,0	48,2	34,7	17,0	42,5	31,3	26,2	100,0
27. Verbania	71,6	20,6	7,8	60,2	34,0	5,8	57,1	32,4	10,4	100,0
28. Vercelli	85,2	8,3	6,5	61,6	18,2	20,2	53,2	24,7	22,1	100,0
Tot. Aree commerciali	63,6	30,1	6,3	57,7	32,2	10,1	52,7	32,4	14,9	100,0

Tabella 17. Composizione percentuale della superficie di vendita nei complementi provinciali (comuni non appartenenti alle aree commerciali) piemontesi per componente del sistema distributivo (Piccola Distribuzione, Distribuzione Intermedia, Grande Distribuzione) al 1984, al 1991 e al 1998

Complementi provinciali	1984			1991			1998			Totale
	PD	DI	GD	PD	DI	GD	PD	DI	GD	
C.P. Torino	72,4	26,4	1,2	70,6	26,9	2,5	63,9	29,7	6,4	100,0
C.P. Vercelli	65,6	31,7	2,7	62,8	35,0	2,2	55,4	39,9	4,7	100,0
C.P. Novara	65,6	33,3	1,1	55,4	35,4	9,2	49,8	35,2	15,0	100,0
C.P. Cuneo	82,9	14,9	2,2	80,4	16,5	3,1	70,2	25,4	4,5	100,0
C.P. Asti	83,2	14,4	2,3	80,7	14,2	5,0	69,3	22,8	7,9	100,0
C.P. Alessandria	88,6	11,4	-	84,6	14,7	0,8	80,5	17,9	1,6	100,0
C.P. Biella	72,6	24,3	3,0	58,2	38,2	3,6	51,8	43,8	4,5	100,0
C.P. Verbania	85,2	14,8	-	84,4	15,6	-	79,8	20,2	-	100,0
Tot.Comp.Prov.	75,2	23,2	1,6	70,6	25,9	3,5	63,2	30,3	6,4	100,0

Si sono infine suddivise anche le aree commerciali e i complementi provinciali secondo la matrice di classificazione delle aree territoriali (costruita secondo la metodologia esposta in schema 4). Anche qui si ottiene un risultato di sostanziale equidistribuzione delle aree rispetto alle quattro tipologie individuate con riferimento alla dinamica del periodo 1984-1998.

Le aree "Gold" sono otto (cfr. tabella 18 e grafico corrispondente): i piccoli negozi si riducono di meno e la superficie della GD cresce di più, rispetto alla media regionale.

Le aree "Out" sono sei: qui, al contrario, i piccoli negozi si riducono di più e la superficie della GD cresce di meno, rispetto alla media regionale.

Le aree "New" sono sei: i casi ove la PD si riduce di più e la GD cresce di più;

e le aree "Old" sono nove, le più numerose, ove la PD si riduce di meno e la GD cresce di meno: quelle, in buona sostanza dove vengono introdotti meno cambiamenti.

Come già visto nell'analisi della dinamica provinciale, le due diagonali (Old-New e Out-Gold) sono associabili rispettivamente ai concetti di "sostituzione" (la GD cresce a scapito della PD) e di "qualificazione" (le potenzialità di crescita favoriscono sia la GD sia la PD).

Anche nel caso delle aree commerciali l'esito della classificazione territoriale non consente di concludere nulla circa la prevalenza dell'uno o dell'altro concetto, in termini di capacità di interpretazione dell'assetto del sistema distributivo e delle sue trasformazioni, quantomeno basandoci solo sulla analisi descrittiva.

Tabella 18. Classificazione delle aree commerciali (dinamica 1984-1998)

TIPOLOGIE			
GOLD	NEW	OLD	OUT
1. Acqui Terme	8. Borgosesia	2. Alba	6. Biella
3. Alessandria	9. Bra	5. Asti	11. Casale Monferrato
4. Arona	17. Fossano-Savigliano	7. Borgomanero	16. Domodossola
12. Chieri	18. Ivrea	10. Carmagnola	20. Novara
13. Chivasso	22. Omegna	14. Ciriè	26a. Torino Città
21. Novi Ligure	25. Saluzzo	15. Cuneo	27. Verbania
26b. Torino Resto Area		19. Mondovì	
28. Vercelli		23. Ovada	
		24. Pinerolo	

Qualche indicazione interpretativa viene viceversa dall'analisi della classificazione dei complementi provinciali (cfr. tabella 19 e grafico corrispondente).

Cinque casi su otto sono classificati "Out". Segnalano, in altri termini, una involuzione generalizzata dell'apparato commerciale in sede fissa, sia della componente PD sia della componente GD. Il complemento provinciale di Torino è "Gold", classificazione analoga a quella di Torino Resto Area, ma diametralmente opposta a quella "Out" di Torino Città: è come dire che in provincia di Torino l'unica area a dinamica commerciale debole è il capoluogo.

La stessa contrapposizione, sull'altra

diagonale, caratterizza il complemento provinciale di Asti ("New") rispetto all'area commerciale del capoluogo ("Old"): in questo caso si rileva una maggior penetrazione della GD al di fuori dell'area commerciale centrale.

Il complemento novarese è "New" mentre l'area commerciale di Novara è "Out": una PD debole ovunque e una GD vivace nei comuni del complemento commerciale. La modalità "Old" non è rappresentata mentre è la più frequente fra le aree commerciali (nove casi, come già visto): sembra dunque che la PD riesca a difendere più agevolmente le proprie posizioni all'interno delle aree commerciali che non nei comuni residui raggruppati nei complementi provinciali.

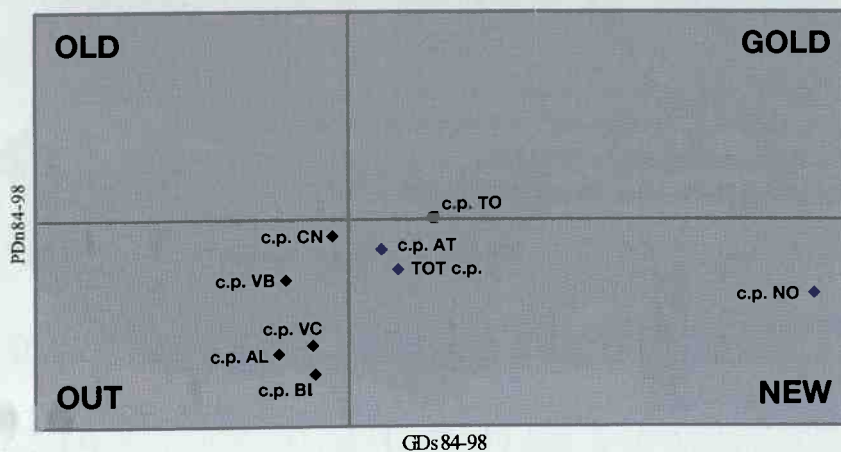
Tabella 19. Classificazione dei complementi provinciali (comuni non appartenenti alle aree commerciali) piemontesi (dinamica 1984-1998)

TIPOLOGIE			
GOLD	NEW	OLD	OUT
C.P. Torino	C.P. Asti	-	C.P. Biella
	C.P. Novara		C.P. Alessandria
			C.P. Vercelli
			C.P. Verbania
			C.P. Cuneo

Grafico c. Matrice di classificazione delle aree commerciali



Grafico d. Matrice di classificazione dei complementi provinciali



3.2 - La cartografia e i grafici: densità e variazioni

Carte

1. Numero Piccola Distribuzione. Densità al 1984 (numero x 1.000 abitanti)	pag 39
2. Numero Piccola Distribuzione. Densità al 1998 (numero x 1.000 abitanti)	pag 40
3. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80 mq. Densità al 1984 (numero x 1.000 abitanti)	pag 41
4. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80 mq. Densità al 1998 (numero x 1.000 abitanti)	pag 42
5. Superficie Minimercati. Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 43
6. Superficie Minimercati. Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 44
7. Superficie Distribuzione Intermedia. Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 45
8. Superficie Distribuzione Intermedia. Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 46
9. Superficie Grande Distribuzione. Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 47
10. Superficie Grande Distribuzione. Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 48
11. Superficie Distribuzione Moderna. Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 49
12. Superficie Distribuzione Moderna. Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 50
13. Popolazione Residente. Variazione 1984-1998	pag 51
14. Numero Piccola Distribuzione. Variazione 1984-1998	pag 52
15. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80mq. Variazione 1984-1998	pag 53
16. Superficie Minimercati. Variazione 1984-1998	pag 54
17. Superficie Distribuzione Intermedia. Variazione 1984-1998	pag 55
18. Superficie Grande Distribuzione. Variazione 1984-1998	pag 56
19. Superficie Distribuzione Moderna. Variazione 1984-1998	pag 57

Grafici

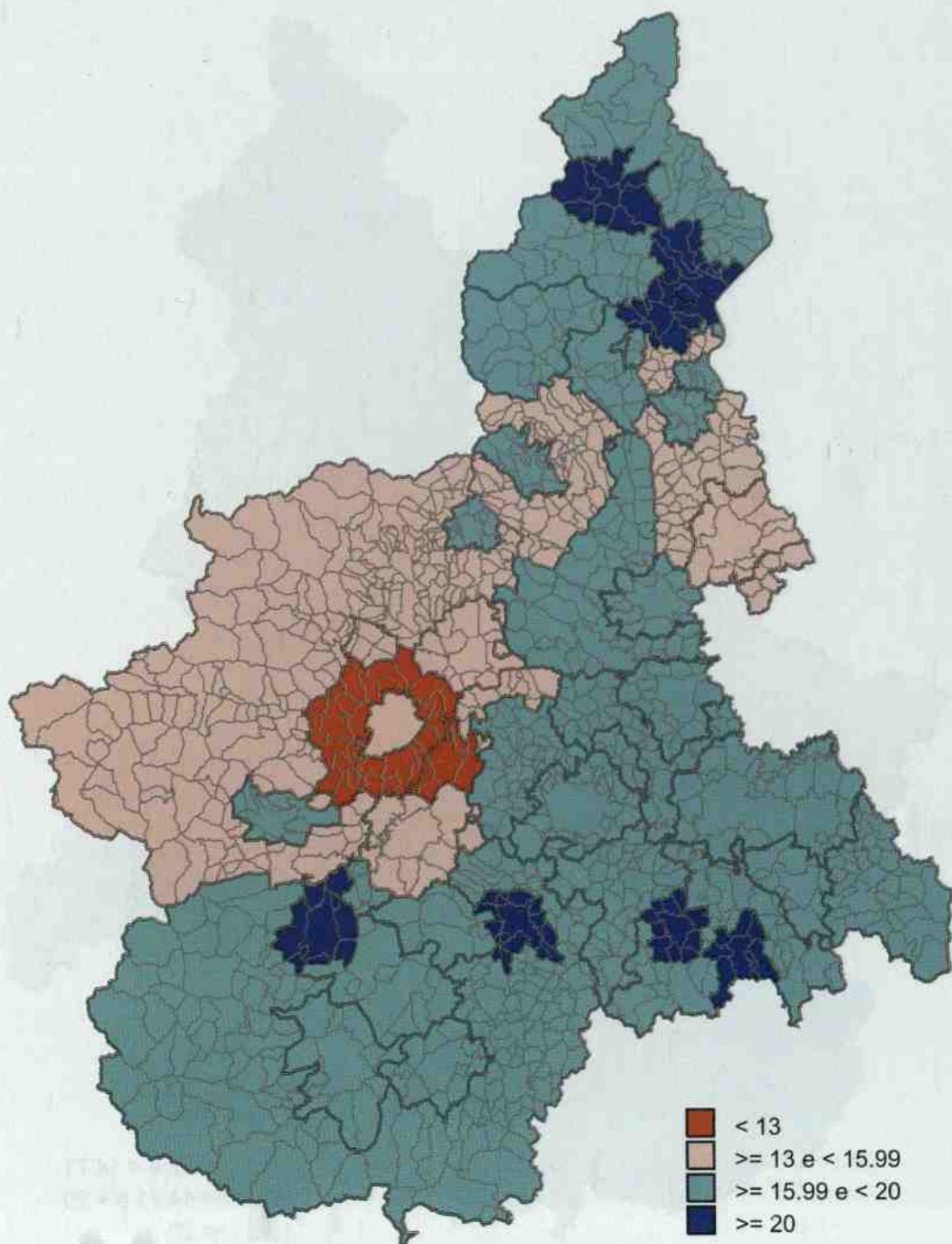
Densità:

1. Numero Piccola Distribuzione alimentare. Densità al 1984 e al 1998 (numero x 1.000 abitanti)	pag 58
2. Numero Piccola Distribuzione. Densità al 1984 e al 1998 (numero x 1.000 abitanti)	pag 59
3. Superficie Minimercati. Densità al 1984 e al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 60
4. Superficie Grande Distribuzione. Densità al 1984 e al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)	pag 61

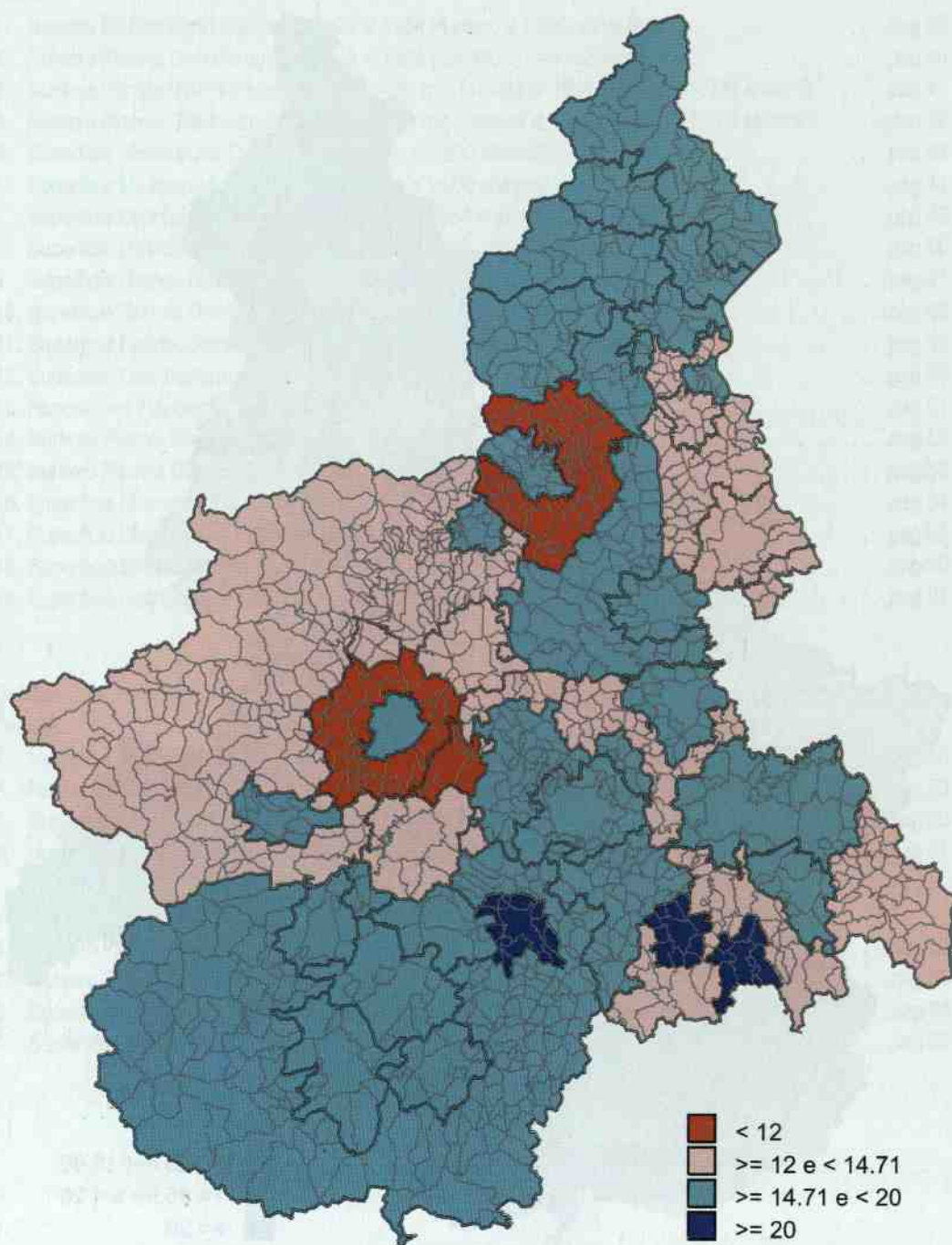
Variazione:

1. Numero Piccola Distribuzione. Variazione 1984-1998	pag 62
2. Numero Piccola Distribuzione alimentare <80mq. Variazione 1984-1998	pag 63
3. Superficie Minimercati. Variazione 1984-1998	pag 64
4. Superficie Grande Distribuzione. Variazione 1984-1998	pag 65

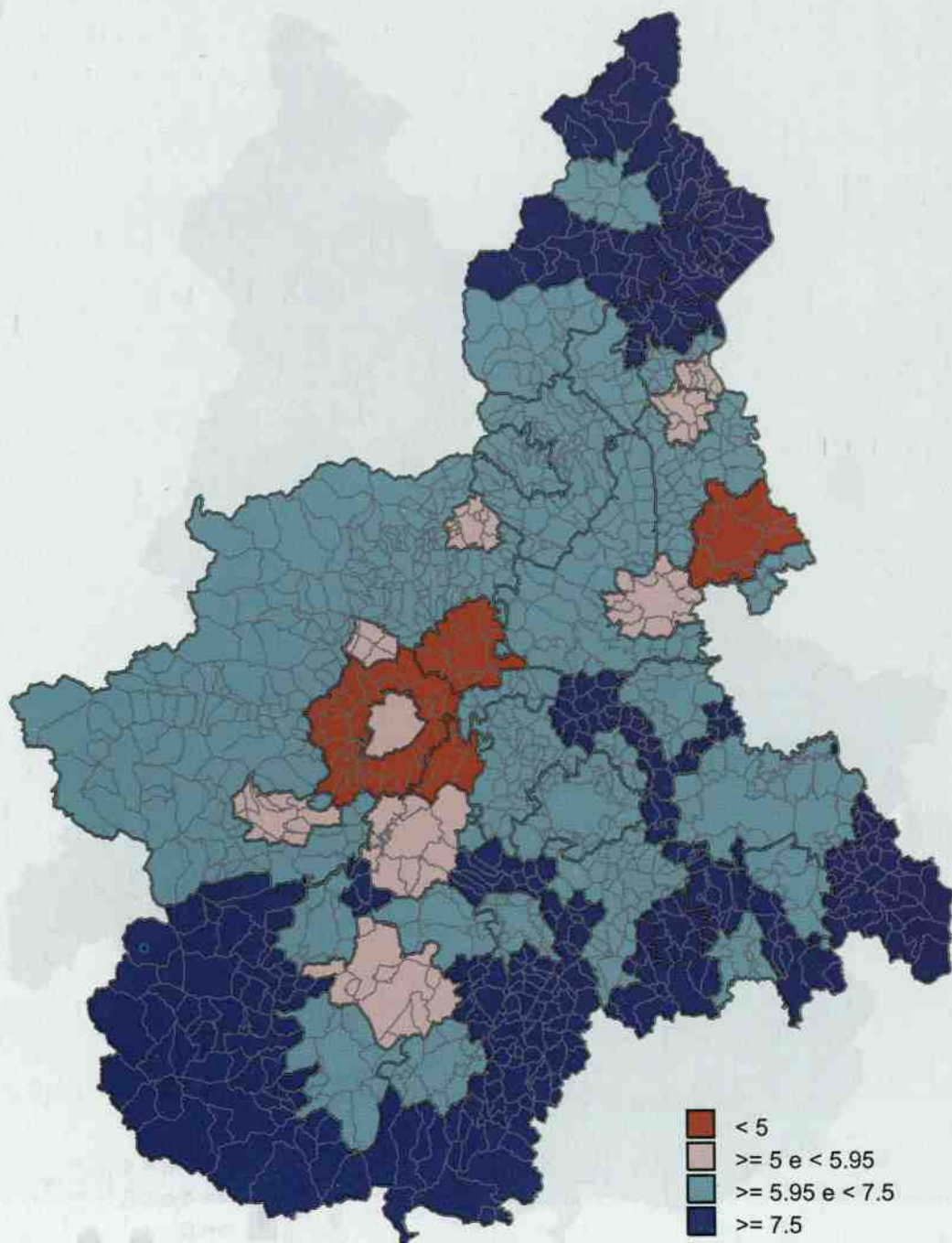
1. Numero Piccola Distribuzione
Densità al 1984 (numero x 1.000 abitanti)



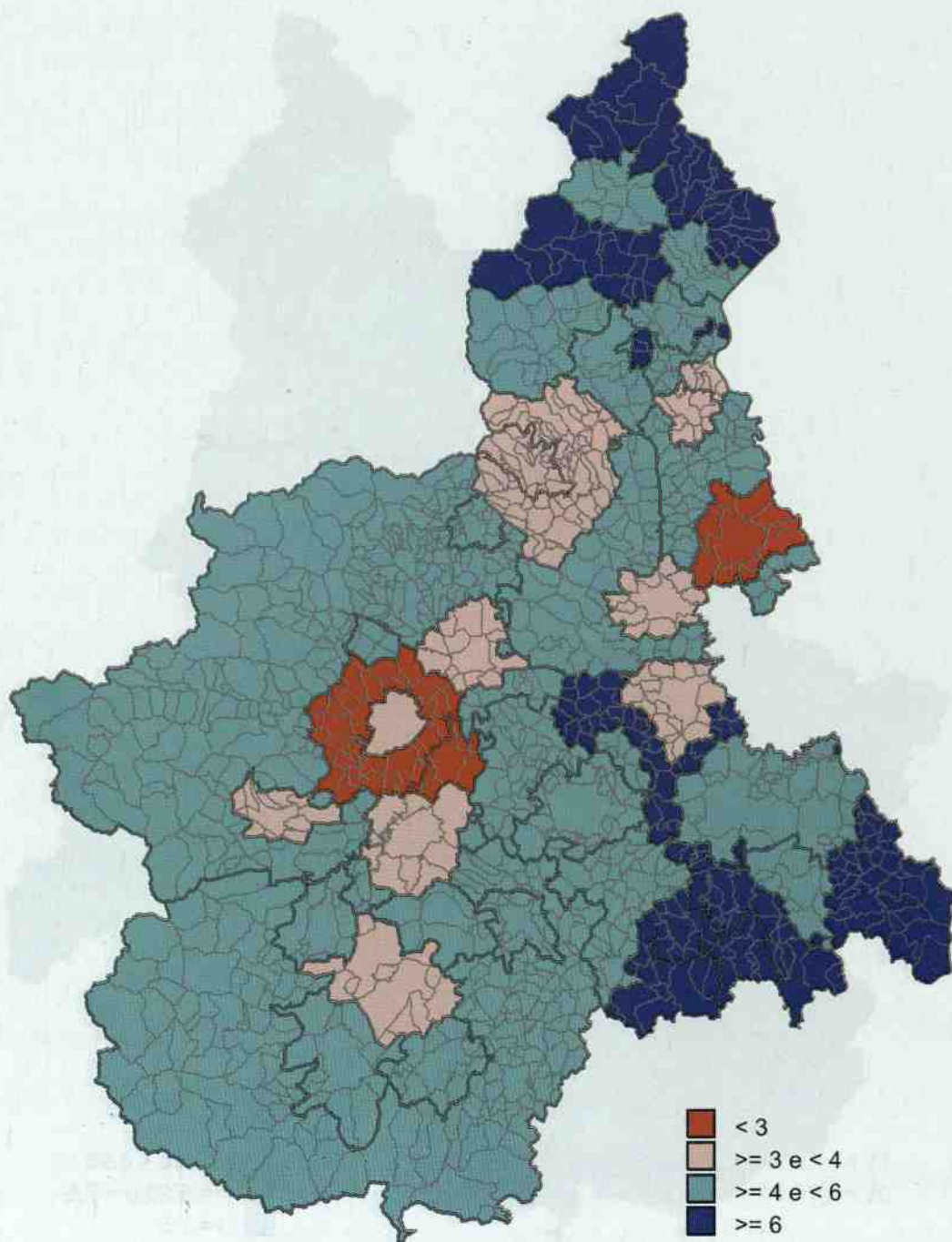
2. Numero Piccola Distribuzione.
Densità al 1998 (numero x 1.000 abitanti)



**3. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80 mq.
Densità al 1984 (numero x 1.000 abitanti)**

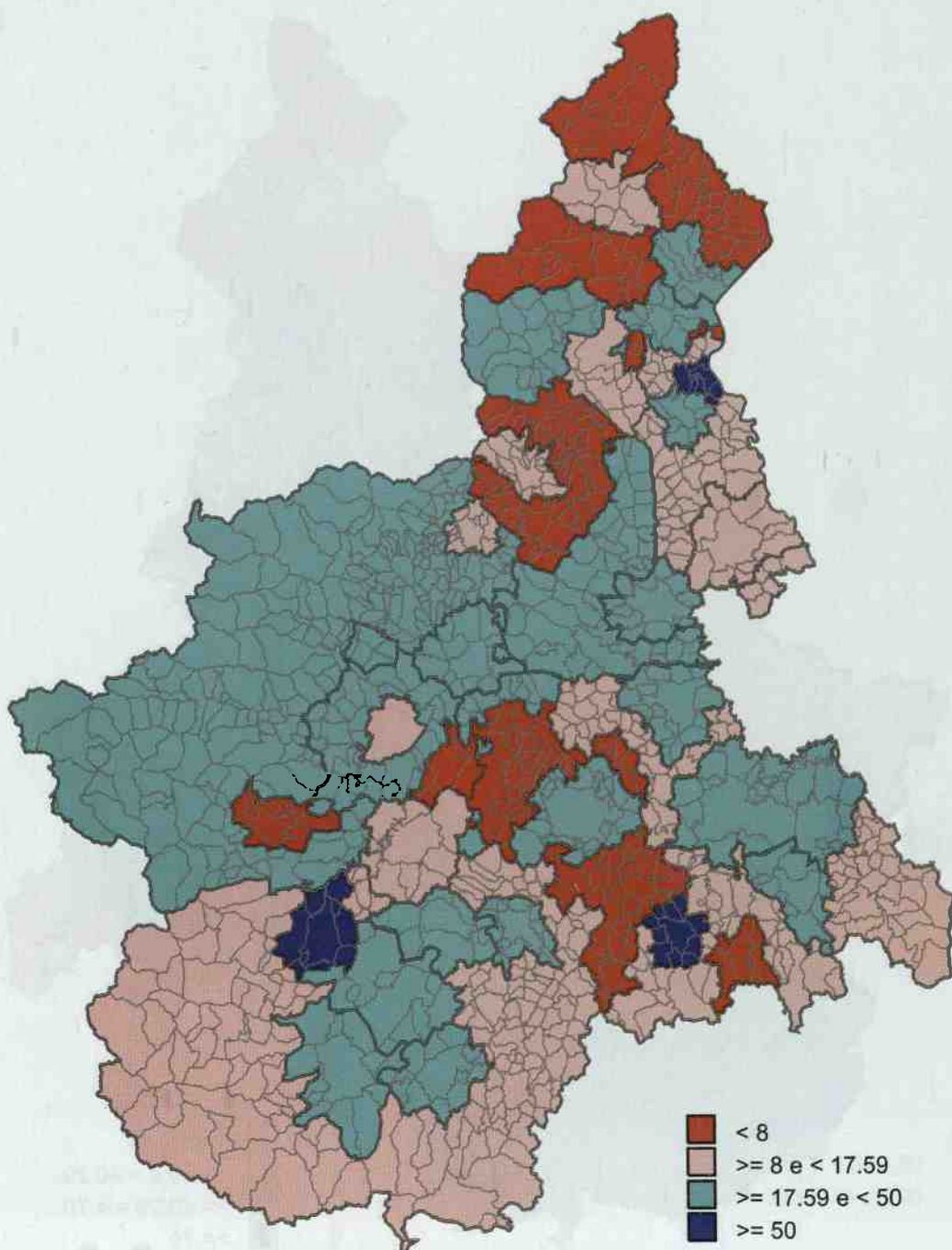


**4. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80 mq.
Densità al 1998 (numero x 1.000 abitanti)**

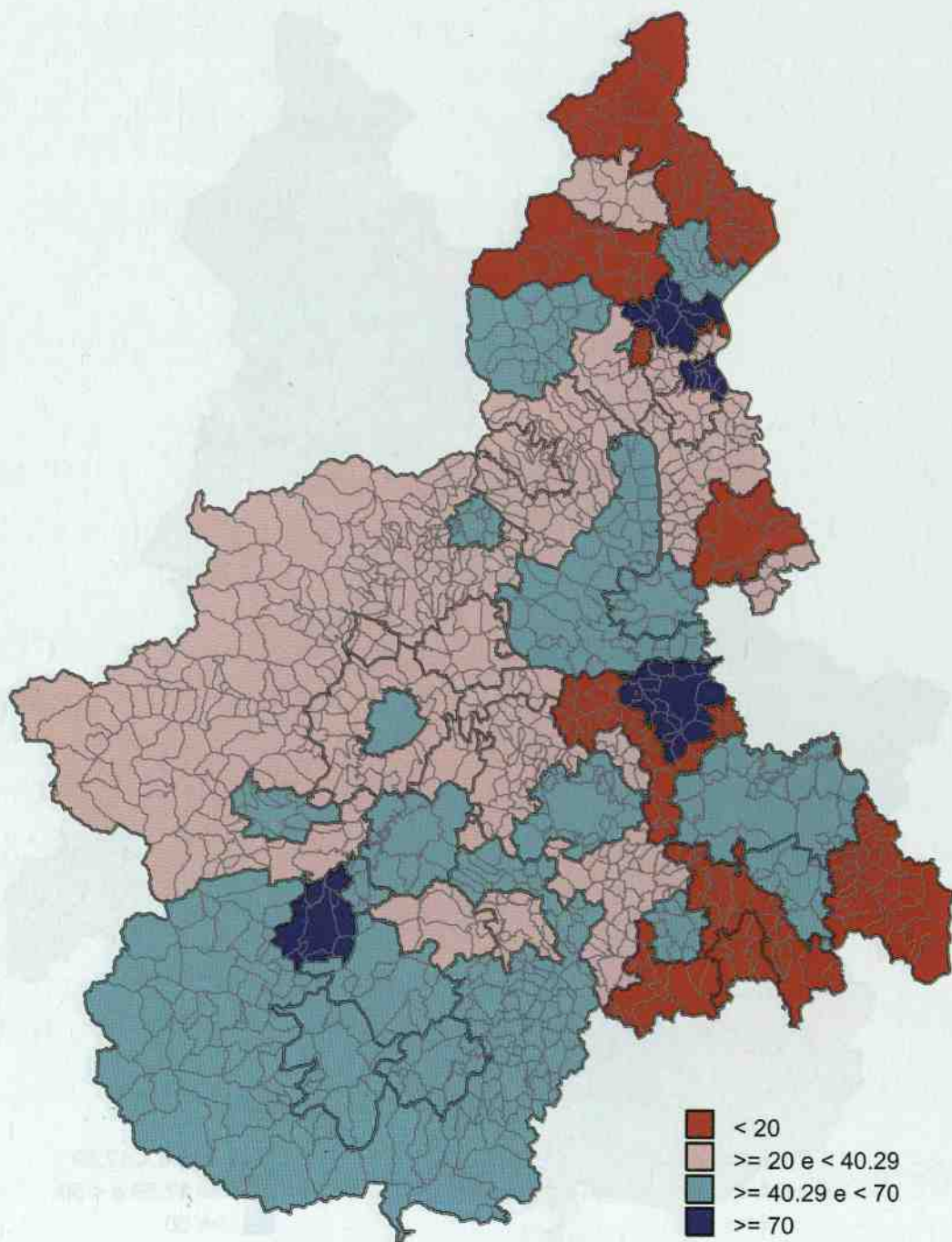


5. Superficie Minimercati.

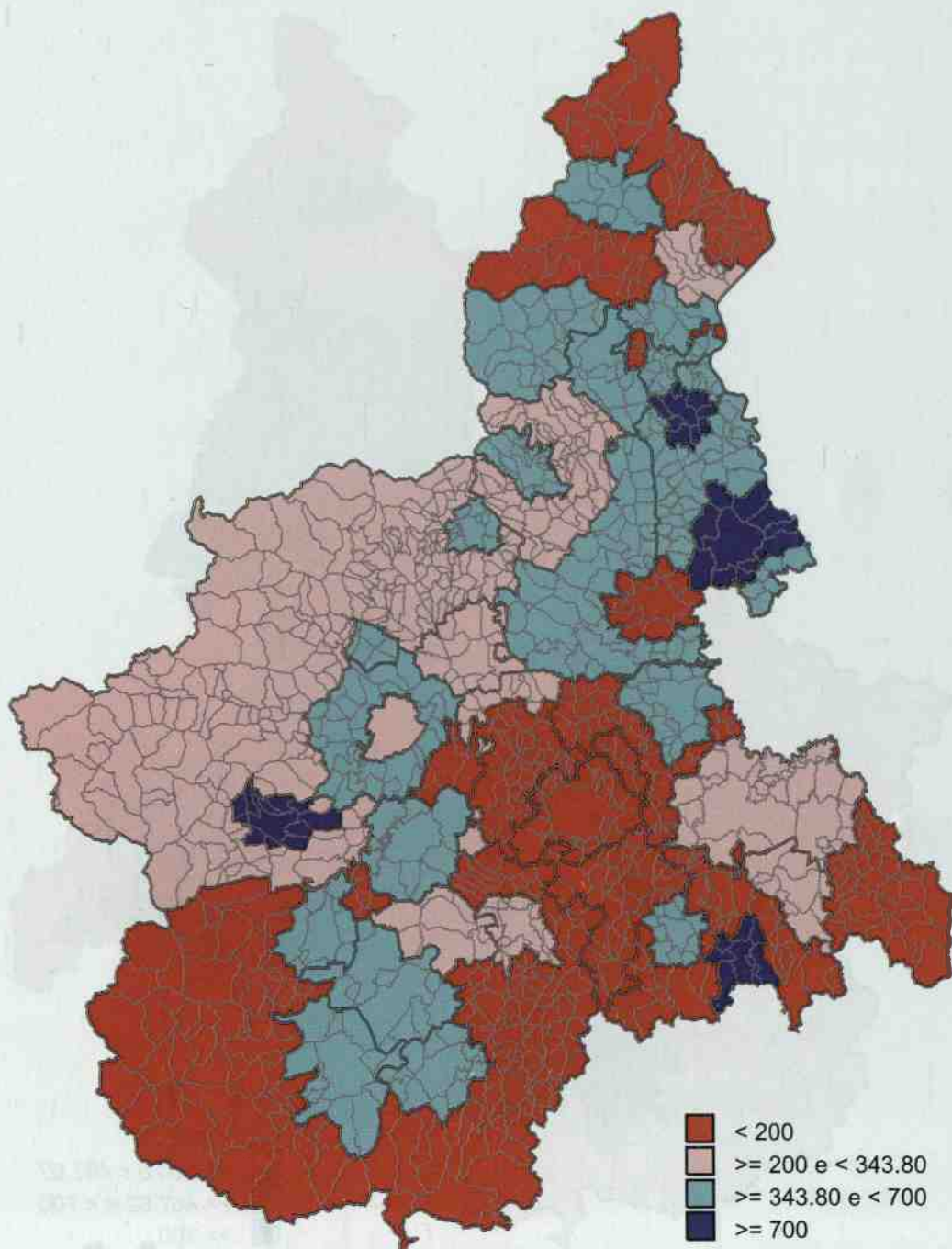
Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)



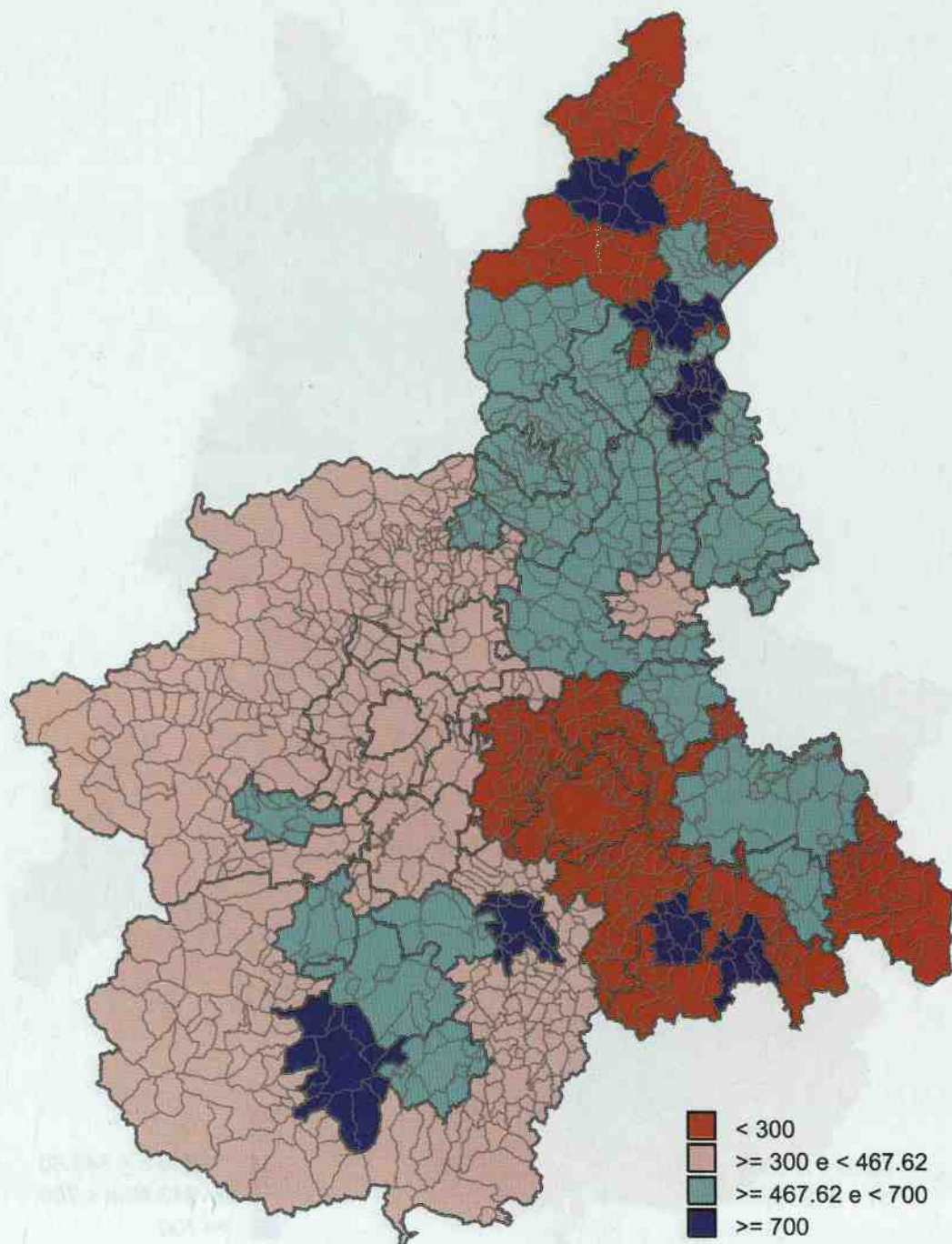
6. Superficie Minimercati. Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)



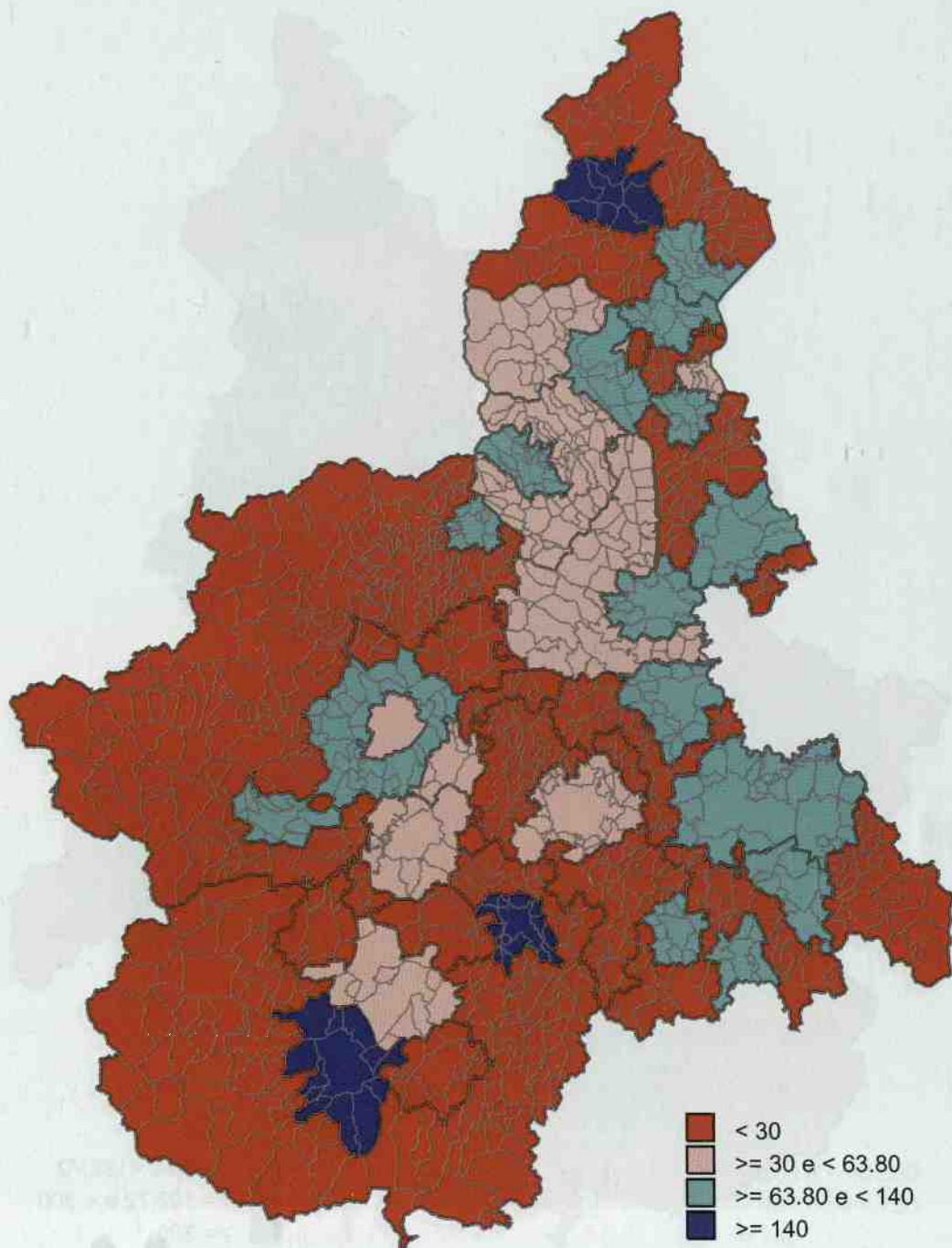
**7. Superficie Distribuzione Intermedia.
Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)**



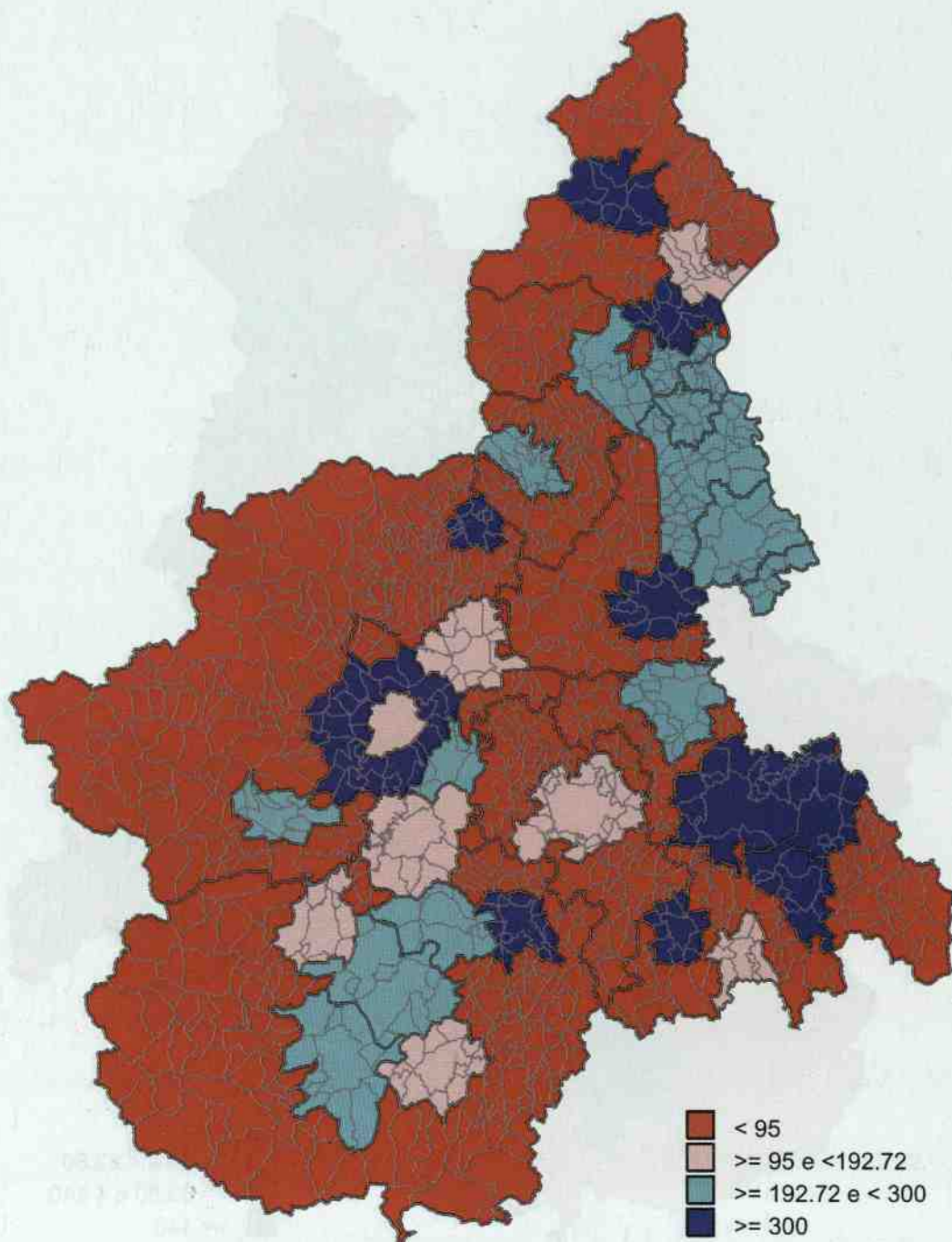
8. Superficie Distribuzione Intermedia.
Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)



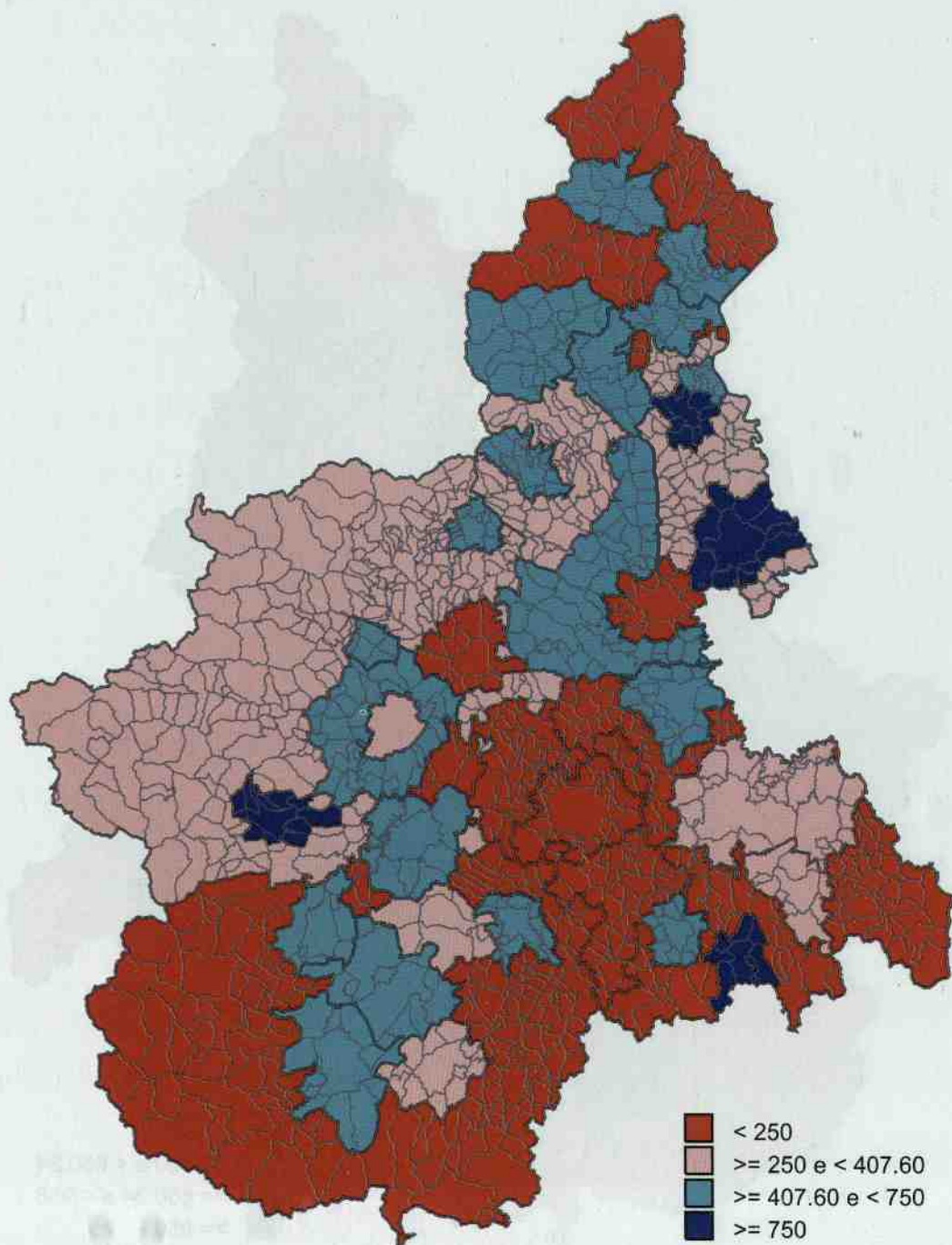
**9. Superficie Grande Distribuzione.
Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)**



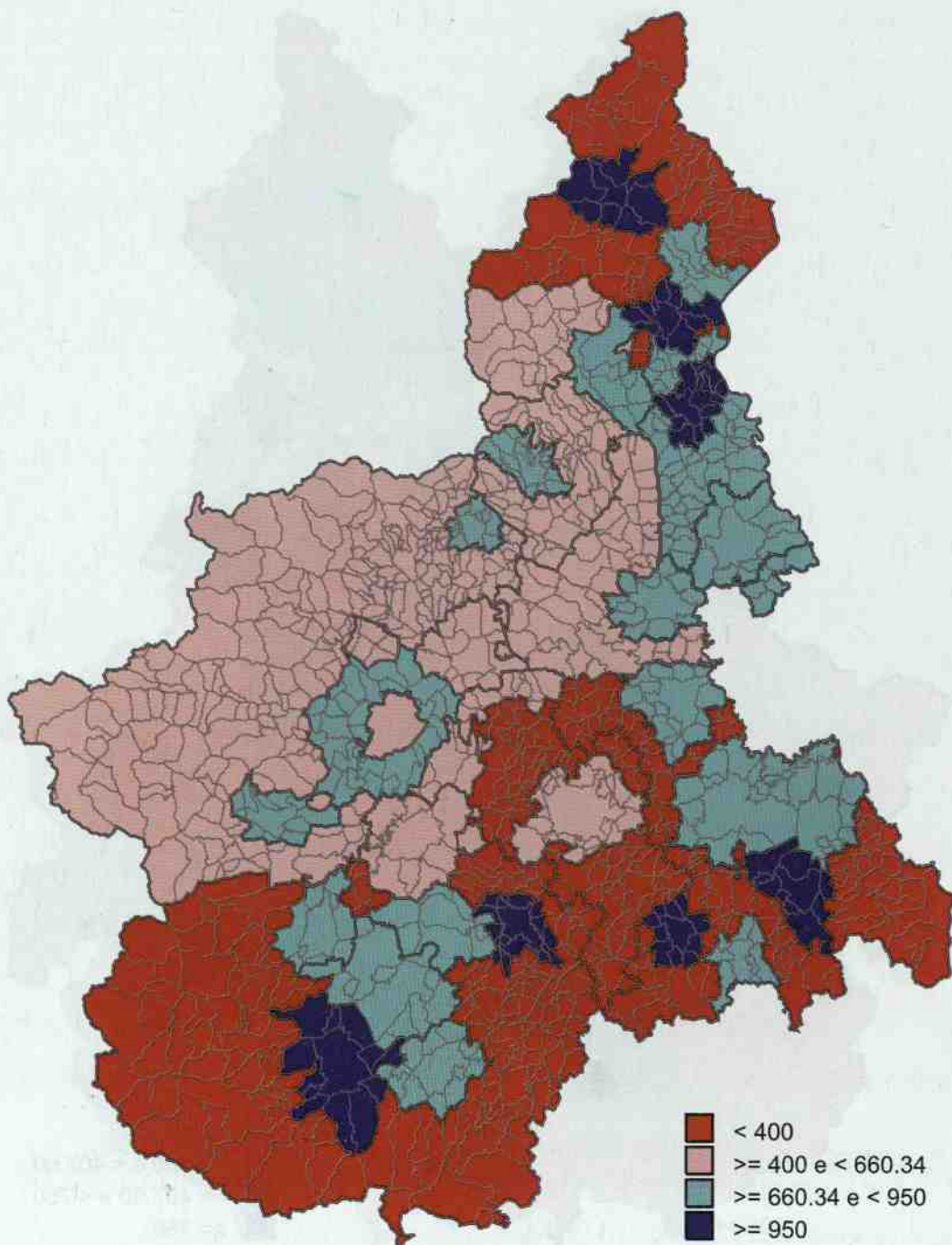
**10. Superficie Grande Distribuzione.
Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)**



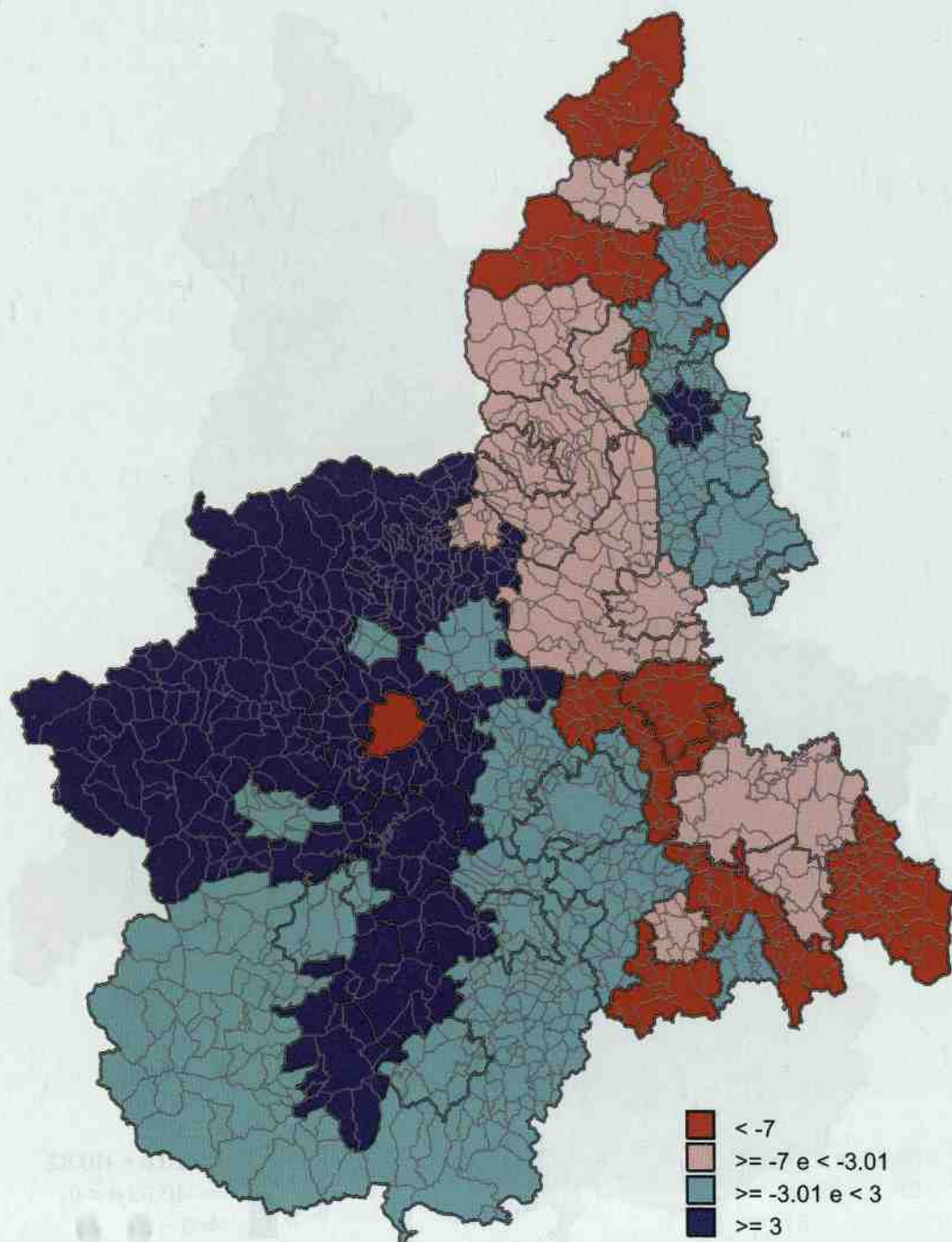
**11. Superficie Distribuzione Moderna.
Densità al 1984 (mq. x 1.000 abitanti)**



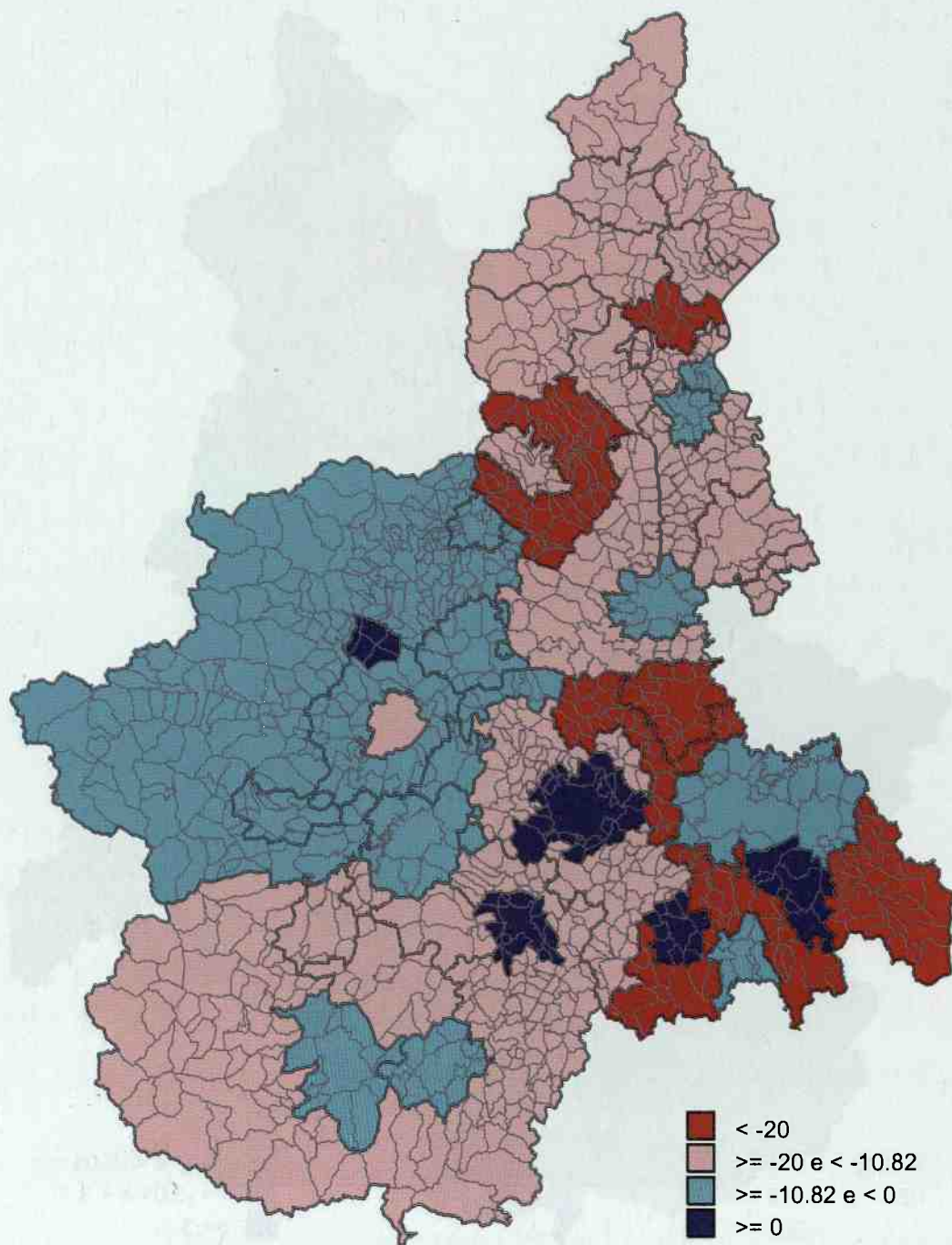
**12. Superficie Distribuzione Moderna.
Densità al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)**



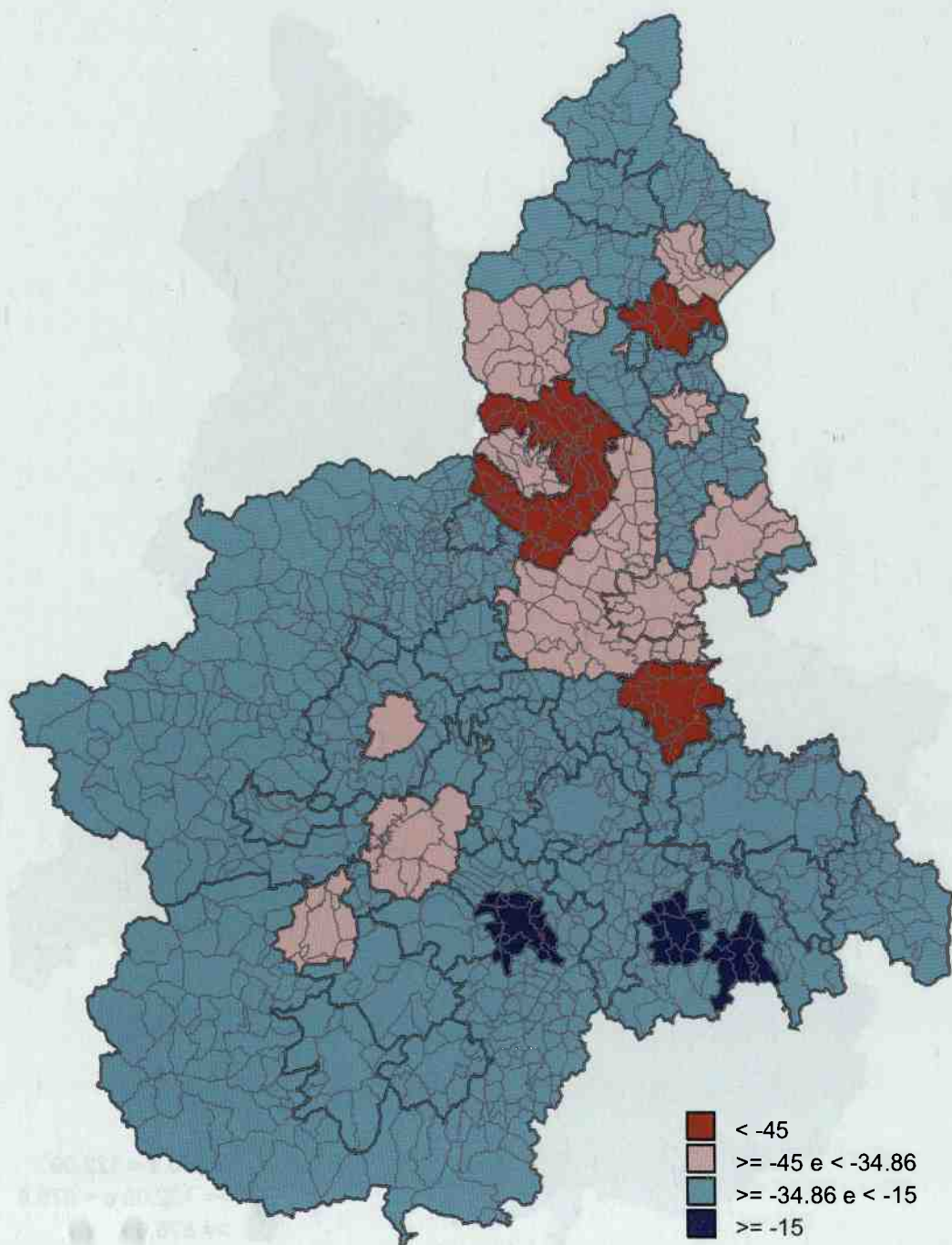
**13. Popolazione Residente.
Variazione 1984-1998**



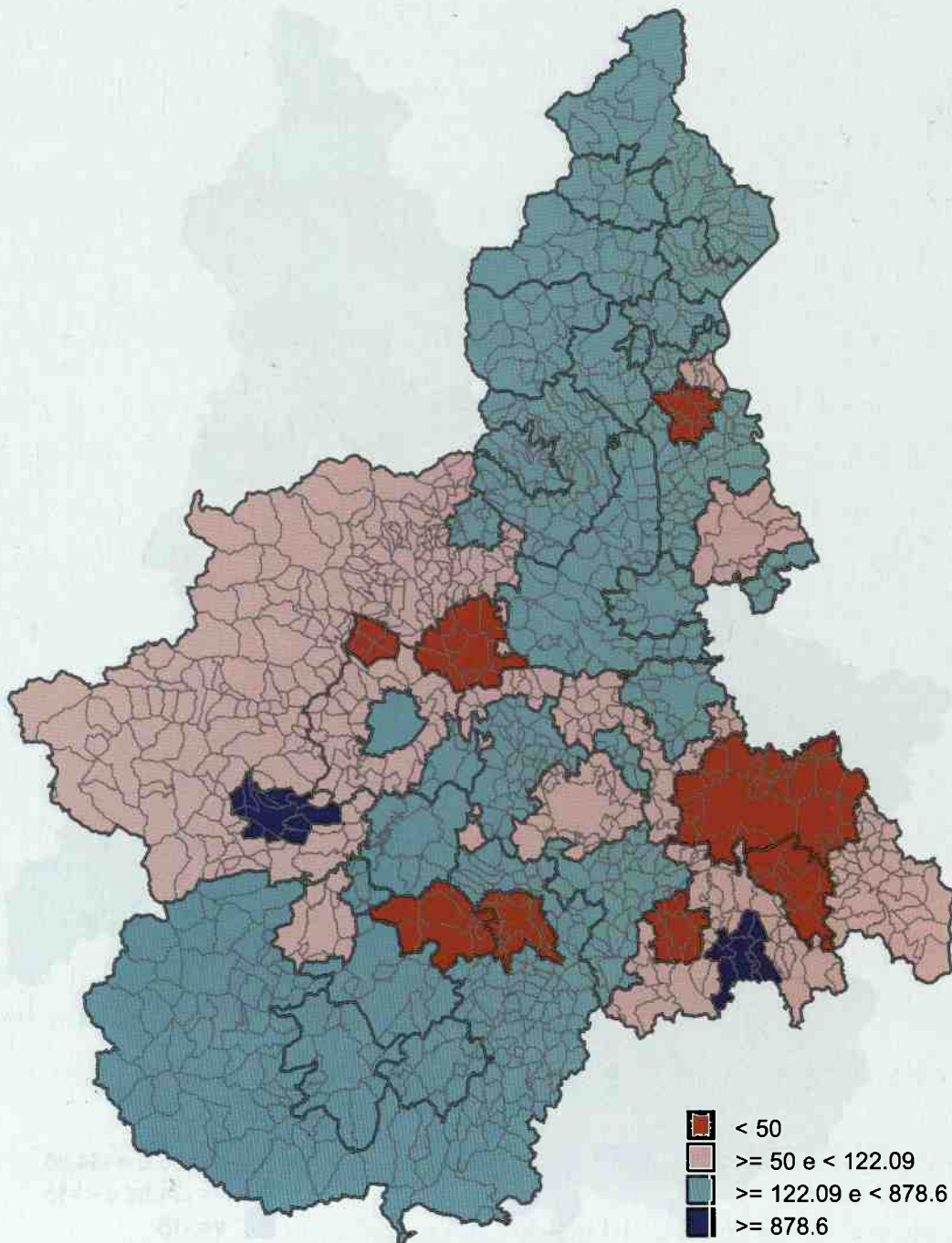
**14. Numero Piccola Distribuzione.
Variazione 1984-1998**



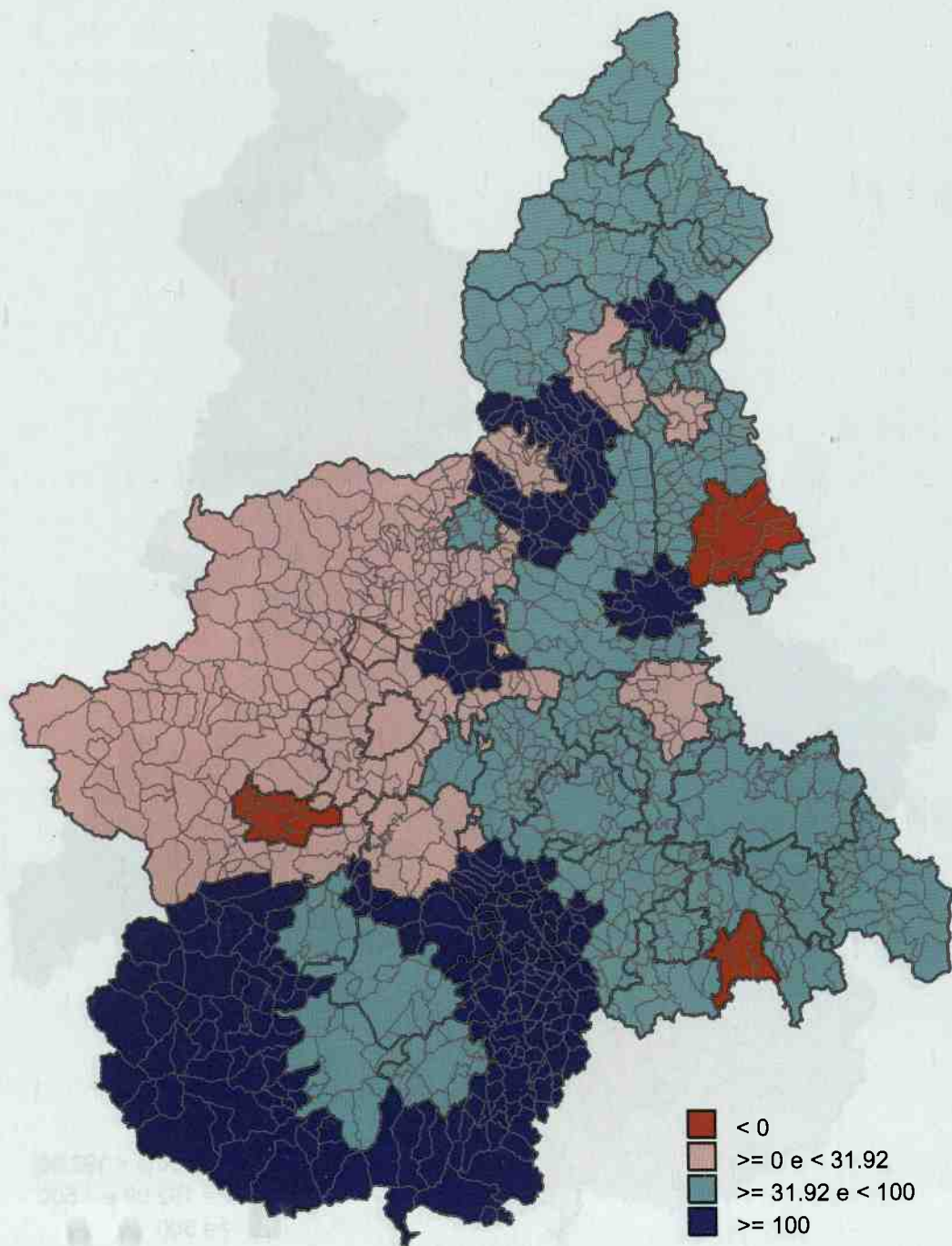
**15. Numero Piccola Distribuzione Alimentare <80mq.
Variazione 1984-1998**



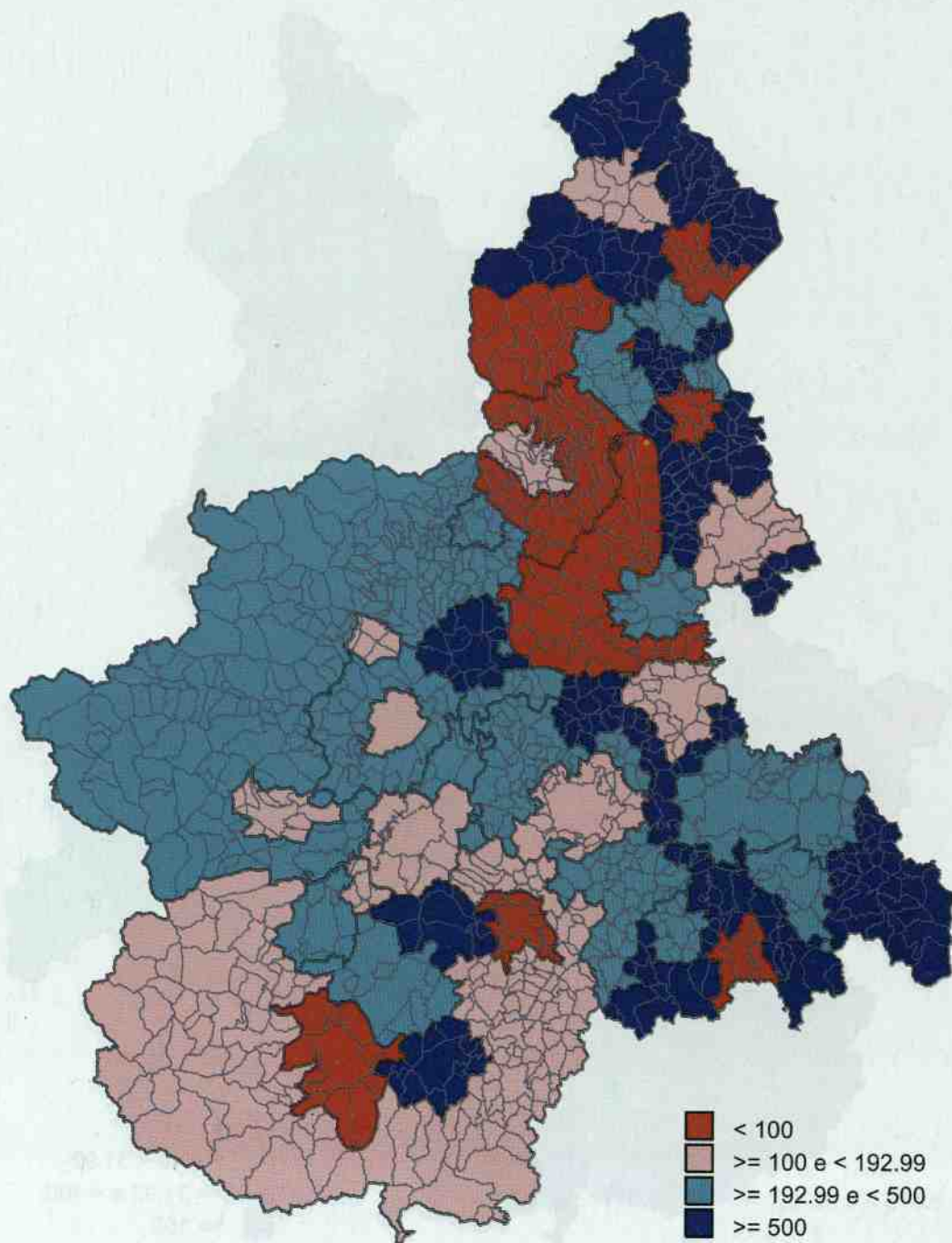
**16. Superficie Minimercati.
Variazione 1984-1998**



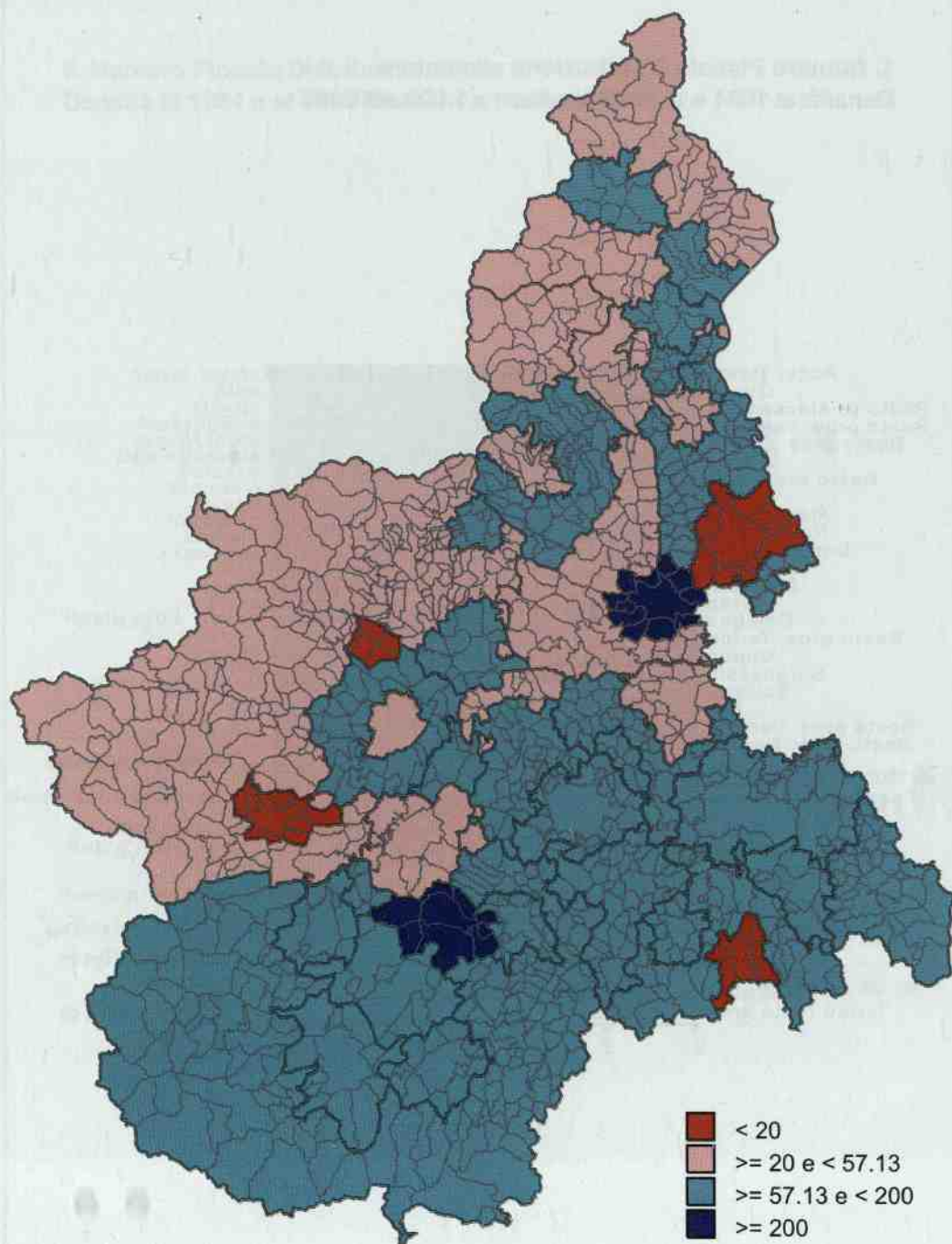
17. Superficie Distribuzione Intermedia.
Variazione 1984-1998



**18. Superficie Grande Distribuzione.
Variazione 1984-1998**

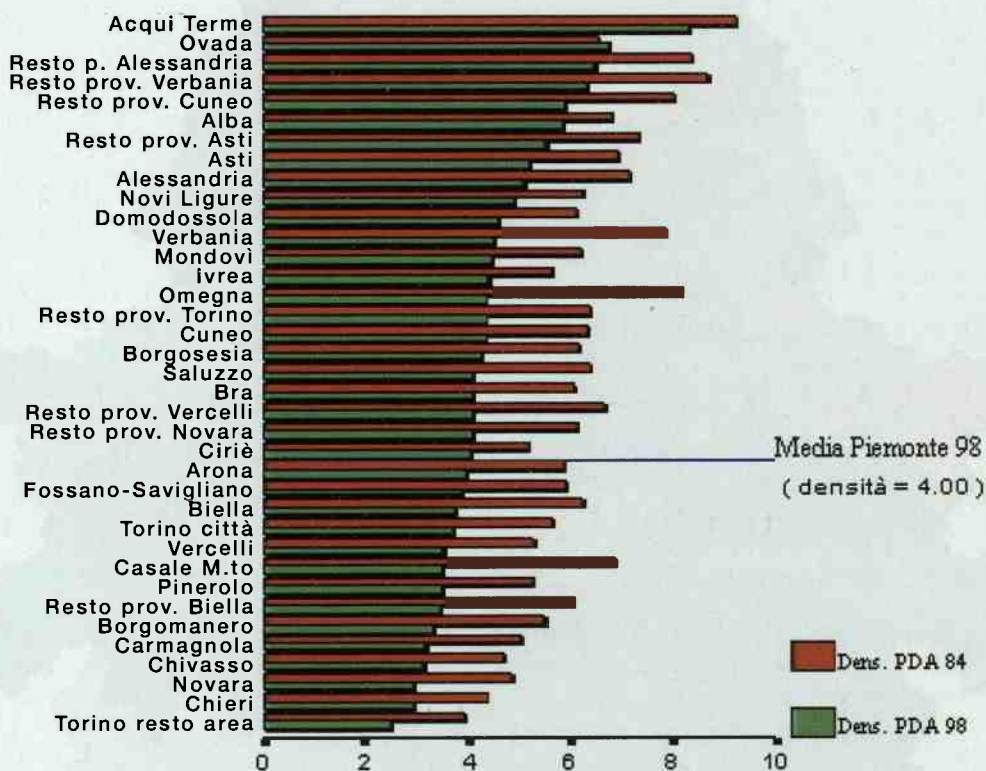


**19. Superficie Distribuzione Moderna.
Variazione 1984-1998**



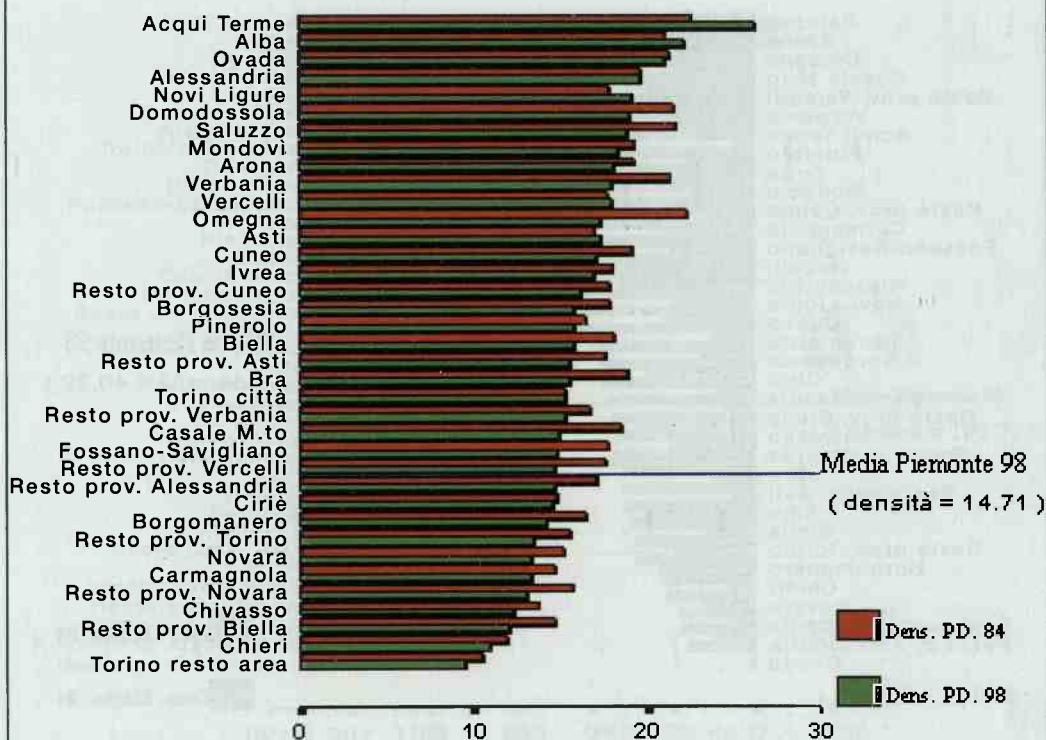
1. Numero Piccola Distribuzione alimentare.

Densità al 1984 e al 1998 (numero x 1.000 abitanti)



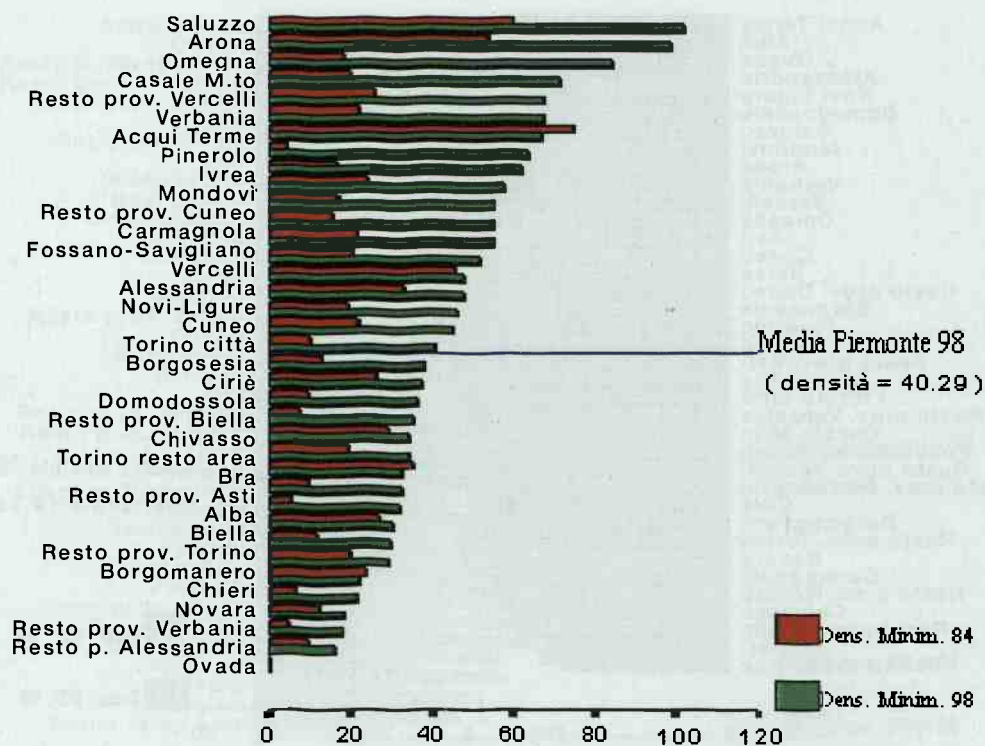
2. Numero Piccola Distribuzione.

Densità al 1984 e al 1998 (numero x 1.000 abitanti)



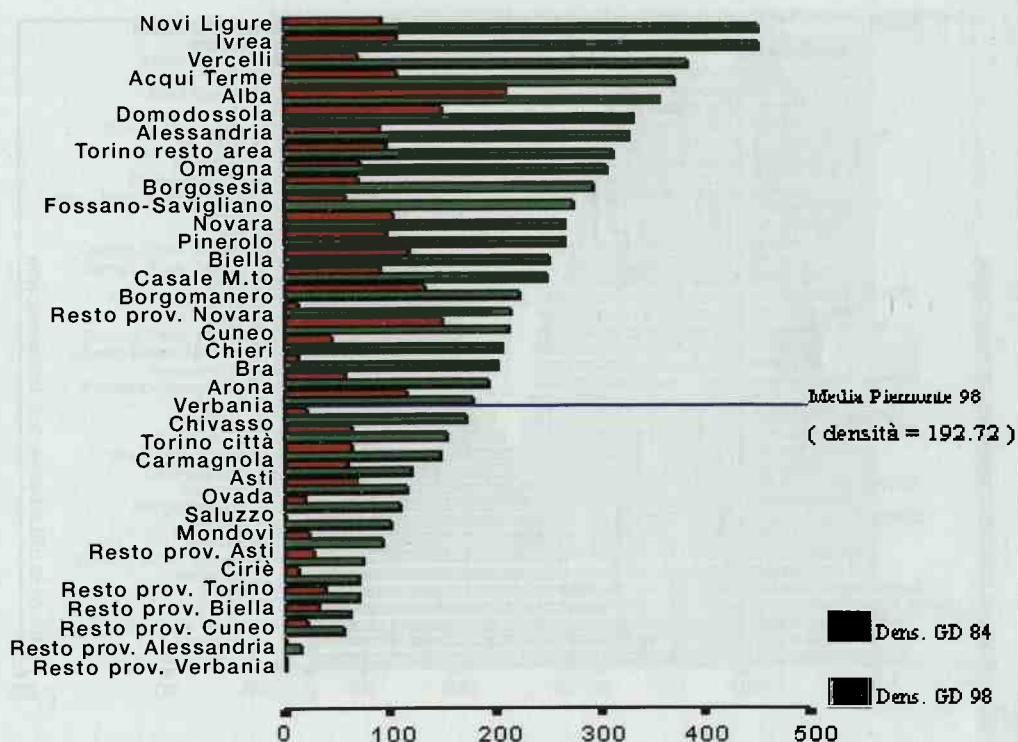
3. Superficie Minimercati.

Densità al 1984 e al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)

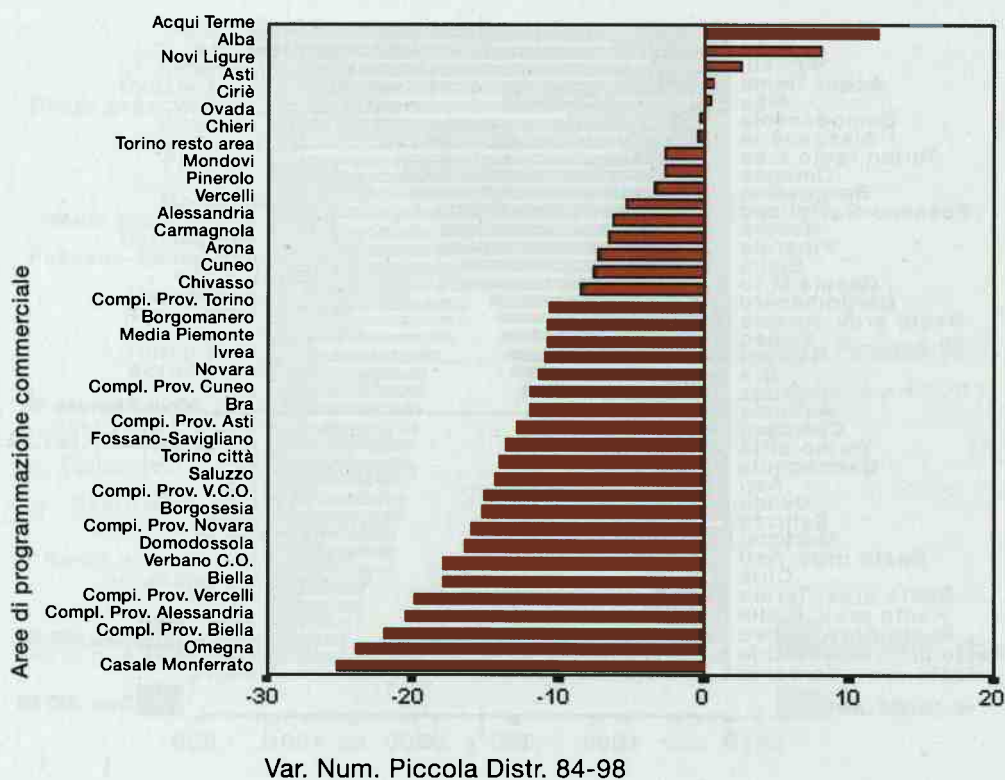


4. Superficie Grande Distribuzione.

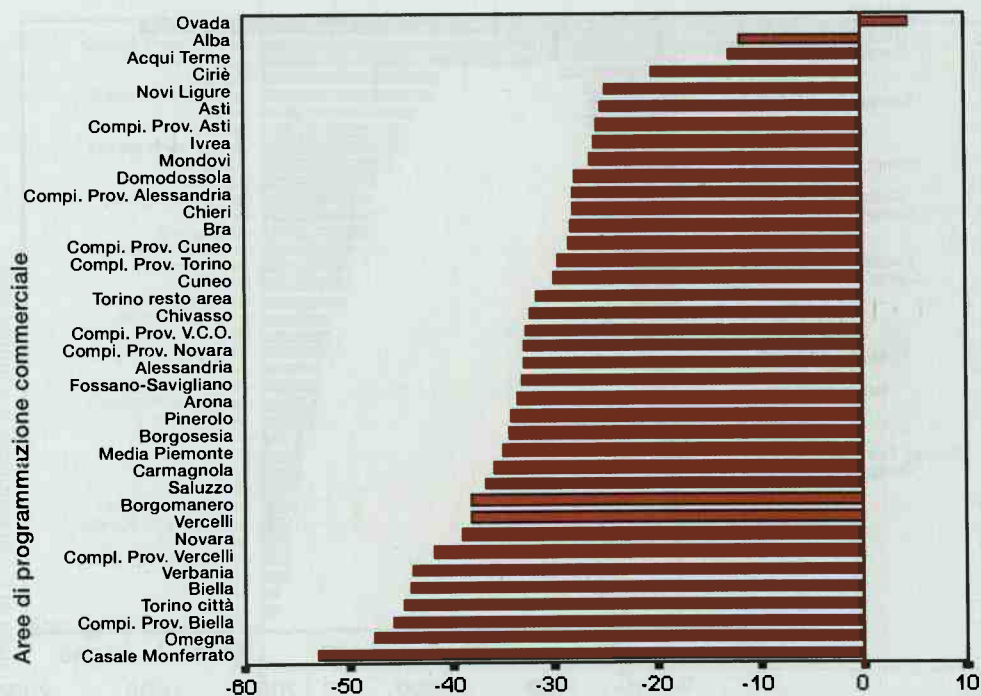
Densità al 1984 e al 1998 (mq. x 1.000 abitanti)



**1. Numero Piccola Distribuzione.
Variazione 1984-1998**

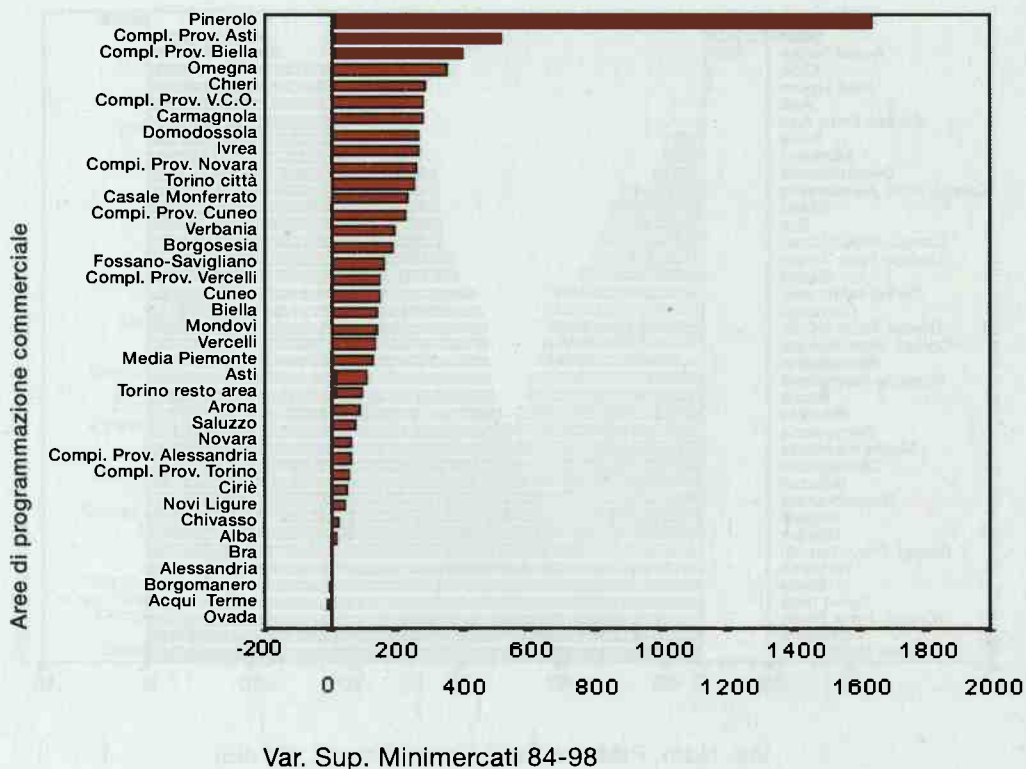


2. Numero Piccola Distribuzione alimentare <80 m.q. Variazione 1984-1998

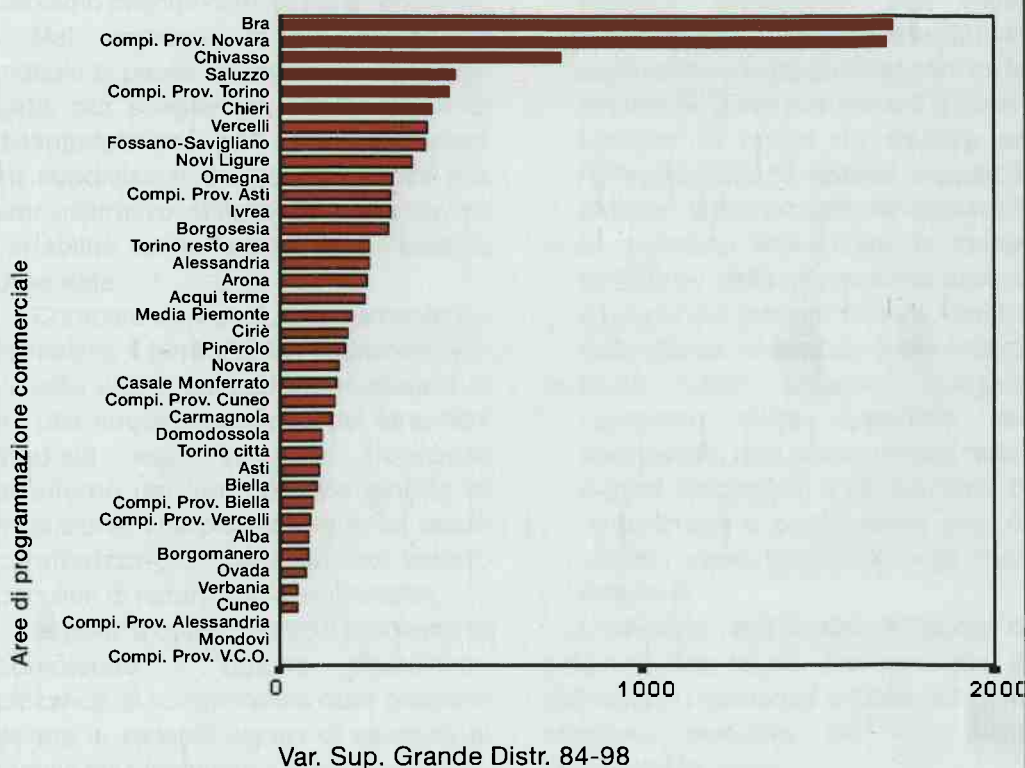


Var. Num. Piccola Distr. alim. <80 m.q. (84-98)

3. Superficie Minimercati. Variazione 1984-1998

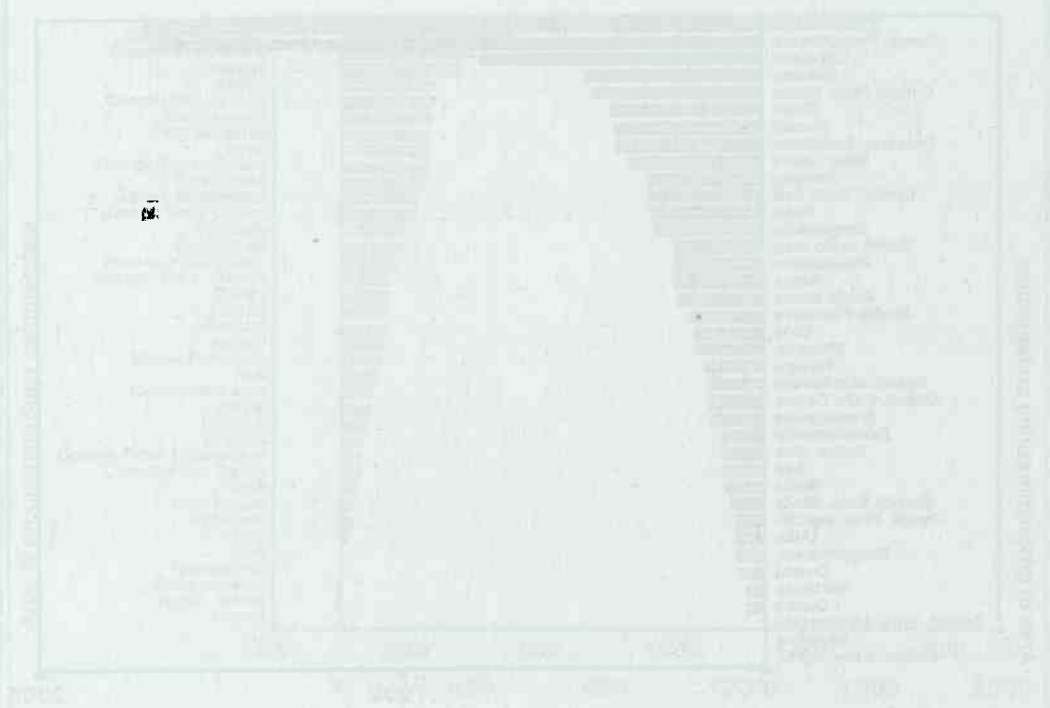


4. Superficie Grande Distribuzione. Variazione 1984-1998



Supplemental Information
Table 1

Supplemental Information
Table 2



Supplemental Information
Table 3

4. I FATTORI CHE DETERMINANO LA DINAMICA DEL COMMERCIO: UN ESERCIZIO ECONOMETRICO

Come abbiamo rilevato nelle pagine precedenti, l'evoluzione del commercio in Piemonte nel periodo 1984-1998 è caratterizzata dal calo diffuso della piccola distribuzione, ed in particolare dal forte decremento delle unità di piccola distribuzione alimentare, cui si contrappone un notevole sviluppo della superficie dei minimercati e della grande distribuzione, ossia uno sviluppo, in termini dimensionali, di quella che abbiamo definito distribuzione moderna.

Nel momento in cui dall'analisi globale si passa ad un'analisi disaggregata, pur scegliendo diversi criteri di disaggregazione, tutti comunque basati su suddivisioni di tipo geografico e/o amministrativo, si riscontra una notevole variabilità territoriale tra le dinamiche osservate.

Compare così un nuovo elemento informativo, il territorio. Introducendo nell'analisi una stratificazione territoriale si ha una nuova percezione dei fenomeni studiati: essi vengono ricollocati all'interno del loro naturale ambito di evoluzione, che può essere in tal modo caratterizzato in base ai suoi aspetti peculiari di natura socio-economica.

Si pone a questo punto il problema di completare il quadro descrittivo, cercando di comprendere quali possano essere le variabili capaci di spiegare al meglio tali dinamiche e la loro variabilità. In sostanza desideriamo rispondere ad un quesito fondamentale: quali sono i fattori che possono spiegare, nelle diverse aree considerate, le dinamiche ricordate in precedenza?

In particolare ci siamo posti i quesiti che seguono:

- Quali sono i fattori (endogeni e/o esogeni) che possono spiegare la crescita diffusa della grande distribuzione, ossia dell'elemento di maggiore dinamicità, verso il quale, tradizionalmente, si rivolgono le attenzioni degli operatori?
- Quali sono le variabili (endogene e/o esogene) che possono spiegare il calo del numero di punti vendita della piccola distribuzione, ossia del modello distributivo che viene contrapposto a quello della GD; in particolare si indagano i rapporti tra le dinamiche di tali due modelli di distribuzione in modo da stabilire se l'affermazione "il grande scaccia il piccolo" abbia o meno fondamento?
- Si possono individuare le cause specifiche della diminuzione ancora più forte del numero di punti vendita della piccola distribuzione alimentare?
- Quali fattori possono spiegare l'aumento della superficie dei minimercati, che, come rilevato nelle pagine precedenti, è un elemento di innovazione e concorrenza che, in genere, viene trascurato negli studi empirici?

L'obiettivo dell'analisi è quello di proporre uno studio che consenta di individuare l'esistenza e l'intensità delle eventuali relazioni tra le diverse grandezze in gioco.

Per usare una terminologia economica, chiameremo variabili endogene le variabili che intendiamo spiegare (ossia le variazioni della PD, della PD alimentare, della GD e dei Minimercati) e variabili esogene quelle caratterizzanti il profilo territoriale, demografico, economico

e strutturale delle aree considerate.

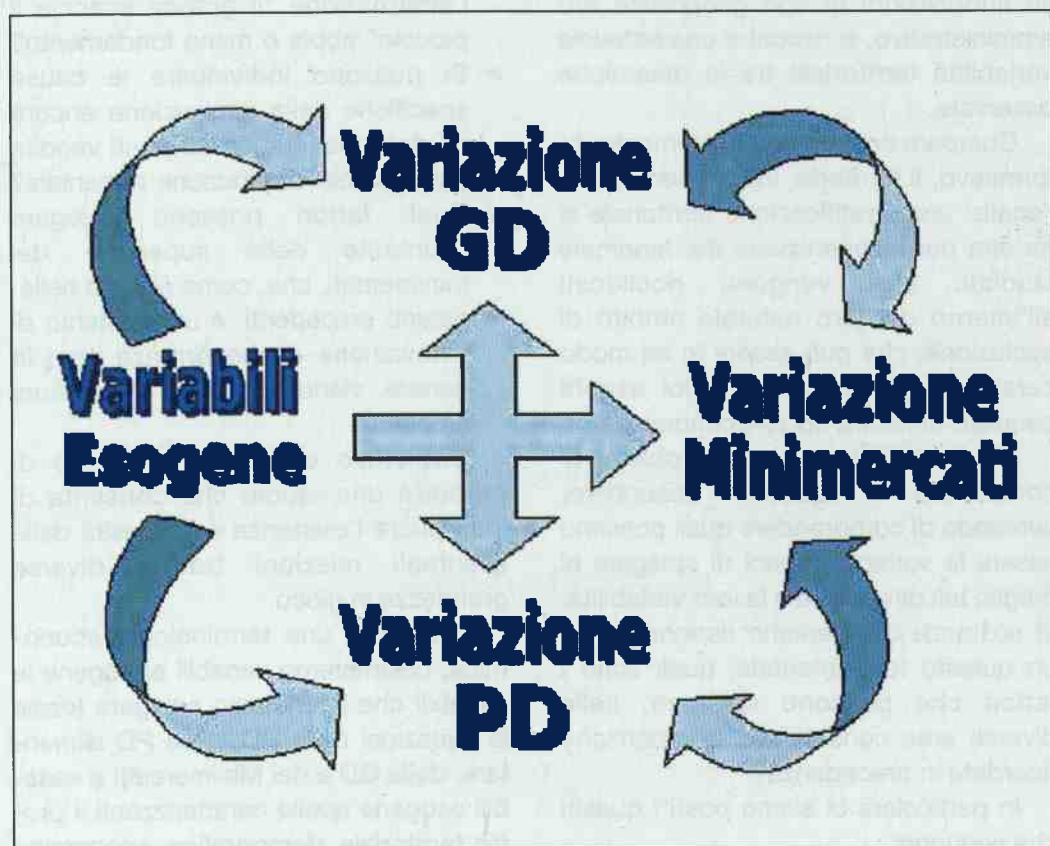
Per inciso le variabili che abbiamo definito endogene possono essere assunte quali esplicative, quando si intendano spiegare le dinamiche interne al sistema commerciale. In sostanza si intende indagare, seguendo un approccio statistico, all'interno dell'insieme delle relazioni che possono sussistere tra le variabili caratterizzanti la dinamica del settore distributivo e tra detto settore e le altre variabili economiche e sociali, come descritto nello schema semplificativo n. 5.

L'analisi verrà condotta a due diversi livelli:

- I. studio della dipendenza (sotto varie forme) tra le grandezze oggetto di analisi,
- II. costruzione di modelli esplicativi che permettano di cogliere i caratteri che meglio spiegano la variabilità delle dinamiche osservate.

Nei paragrafi che seguono verranno illustrate le diverse fasi del metodo; ci si soffermerà in particolare sulla scelta del criterio di stratificazione, sull'analisi delle variabili e delle relazioni esistenti tra di esse, sulla individuazione di variabili esplicative e di variabili capaci di discriminare al meglio le aree.

Schema n. 5 Relazioni che possono essere ricercate tra le variabili oggetto di studio



4.1 - Le variabili utilizzate

Il punto di partenza della nostra analisi è la definizione del criterio di disaggregazione territoriale in base al quale operare: la scelta cade, in modo abbastanza naturale, sulla ripartizione in aree commerciali definite, secondo criteri omogenei, a livello normativo (cfr. il paragrafo 1.5.1).

Il risultato finale, come abbiamo visto, è quello di ottenere una suddivisione del territorio piemontese in 37 zone, aventi ciascuna delle caratteristiche peculiari sotto il profilo amministrativo, sociale ed economico.

La scelta, se da un lato rispecchia delle esigenze di carattere pratico, legate alla definizione ex-ante dettata dagli organi di governo, dall'altro consente comunque un'analisi sufficientemente dettagliata e completa a livello territoriale.

4.1.1. Le variabili endogene

La tabella 20 riporta l'elenco delle variabili strettamente concernenti il commercio nella piccola, media e grande distribuzione come realtà oggetto di studio.

Le suddette variabili si distinguono essenzialmente in due tipi: variabili statiche e dinamiche.

Le variabili statiche esprimono la magnitudine di una grandezza in un dato anno mentre le variabili dinamiche esprimono come queste grandezze sono variate nel tempo.

Con il termine di variazione intendiamo una variazione percentuale quindi potremo avere valori positivi e/o negativi esprimendo rispettivamente un incremento o una diminuzione della magnitudine di una certa grandezza.

Le variabili endogene qui riportate sono un gruppo selezionato proveniente da un dataset di variabili in serie storica

Tabella 20. Elenco delle variabili endogene utilizzate

Numero punti vendita PD Alimentare con superficie < 80 mq. : densità x 1.000 abt. (1984)
Numero punti vendita PD Alimentare con superficie < 80 mq. : densità x 1.000 abt. (1998)
Numero punti vendita PD Alimentare con superficie < 80 mq. : variazione (1984 - 1998)

Numero punti vendita PD totale : densità x 1.000 abt. (1984)
Numero punti vendita PD totale : densità x 1.000 abt. (1998)
Numero punti vendita PD totale : variazione (1984 - 1998)

Mq. Superficie Minimercati : densità x 1.000 abt. (1984)
Mq. Superficie Minimercati : densità x 1.000 abt. (1998)
Mq. Superficie Minimercati : variazione (1984 - 1998)

Mq. Superficie GD : densità x 1.000 abt. (1984)
Mq. Superficie GD : densità x 1.000 abt. (1998)
Mq. Superficie GD : variazione (1984 - 1998)

dal 1984 al 1998 a livello comunale fornitoci dall'Osservatorio Regionale del Commercio della Regione Piemonte.

La selezione è avvenuta utilizzando sia metodi analitici sia pratici.

Con i primi abbiamo eliminato le variabili ridondanti o scarsamente significative dal punto di vista metodologico, con i secondo abbiamo individuato il set finale secondo noi più utile per dare una descrizione sufficientemente dettagliata della realtà oggetto di studio.

4.1.2. Le variabili esogene

Utilizzando diversi volumi della banca dati ANCITEL dal 1994 al 2000 abbiamo costruito un dataset di variabili esogene, vale a dire un insieme di variabili ed indicatori non strettamente attinenti al commercio ma con cui fosse possibile delineare i caratteri principali del contesto socioeconomico della aree commerciali

prese in esame.

Nel suo complesso il dataset risulta strutturato in quattro ambiti tematici ognuno specificante diverse caratteristiche della realtà socioeconomica piemontese ripartita nella già citate aree commerciali e loro complementi provinciali (variabili territoriali, demografiche, economiche e strutturali).

Le variabili territoriali della tabella 21 sono state scelte ed utilizzate per individuare eventuali relazioni tra le caratteristiche geo-morfologiche¹ delle aree commerciali e la loro dimensione demografica ipotizzando densità minori in territori di montagna quindi in collina e maggiori densità in pianura.

La classificazione di un'area per tipologia di densità demografica è avvenuta considerando come riferimento la classe media della distribuzione della densità demografica classificando ad

Tabella 21 Elenco delle variabili territoriali

Superficie dell'area (1998)

Percentuale popolazione residente in collina nell'area (1998)

Percentuale popolazione residente in montagna nell'area (1998)

Percentuale popolazione residente in pianura nell'area (1998)

Densità demografica dell'area (1998)

Tipo area per densità demografica (nelle modalità alta, media e bassa) (1998)

Numero delle automobili circolanti nell'area (1995)

Numero di autobus circolanti nell'area (1995)

Densità di automobili per 1000 abitanti dell'area (1995)

Densità di autobus per 1000 abitanti dell'area (1995)

¹ Abbiamo inteso come collinari le aree i cui comuni permettono di calcolare un'altezza media sul livello del mare tra i 200 ed i 600 metri, di conseguenza le aree pianeggianti hanno un'altezza media al di sotto dei 200 metri s.l.m. e le aree di montagna hanno un'altezza media al di sopra dei 600 metri s.l.m..

alta densità le aree i cui comuni hanno una densità al di sopra della classe media ed attribuendo la bassa densità alle aree i cui comuni stanno nelle classi al di sotto di quella media.

Gli indicatori relativi alle automobili ed agli autobus, apparentemente non contestuali, sono stati utilizzati come variabili proxy sulle dotazioni infrastrutturali della rete viaria, dei flussi di traffico e dell'accessibilità ai centri vendita sul territorio delle singole aree.

Le variabili demografiche della tabella 22 tornano ad esprimere valutazioni statiche e dinamiche in termini di popolazione residente negli anni 1984, 1991, 1998 e di variazioni percentuali della popolazione residente nei medesimi anni. Nell'ambito delle variabili demografiche abbiamo introdotto, un po' impropriamente, anche indicatori sui livelli di istruzione usando i dati del censimento 1991 coprendo tutti i possibili macro livelli di istruzione dall'analfa-

betismo alla laurea.

Il loro inserimento in questo ambito è motivato dalla stretta dipendenza tra l'età anagrafica degli individui ed il loro livello di istruzione almeno fino al termine della scuola dell'obbligo.

Nel medesimo conteso demografico abbiamo introdotto una ripartizione della popolazione per fasce d'età macroscopiche con cui è stato possibile calcolare l'indice di carico sociale.

Questo indice ha soprattutto un significato demografico esprimendo il rapporto tra la popolazione nelle classi estreme d'età sulla classe più ampia della popolazione solitamente coincidente con quella della popolazione attiva.

Questo indice vuole esprimere in qualche modo sia informazioni sul ricambio generazionale sia sul peso socioeconomico delle classi demograficamente più deboli come gli anziani ed i giovanissimi ma spesso viene interpre-

Tabella 22 Elenco delle variabili demografiche

Popolazione residente nell'area (anni 1984,1991,1998)

Variazione popolazione residente (1984 – 1991)

Variazione popolazione residente (1991 – 1998)

Variazione popolazione residente (1984 – 1998)

Percentuale licenze elementari sul totale dei titoli di studio (1991)

Percentuale licenze medie inferiori e diplomi sul totale dei titoli di studio (1991)

Percentuale lauree sul totale dei titoli di studio (1991)

Percentuale analfabeti ed alfabeti senza titolo sul totale dei titoli di studio (1991)

Percentuale popolazione residente 0 -15 anni (1991)

Percentuale popolazione residente 15 - 64 anni (1991)

Percentuale popolazione residente oltre i 65 anni (1991)

Indice di Carico Sociale ([pop. 0-15 + pop. oltre 65]/ pop. 15-64)

tato come segue: se il valore è circa uguale ad uno allora il rapporto tra coloro che consumano reddito e coloro che lo producono è in equilibrio, se il suo valore è compreso tra zero ed uno allora i consumatori sono, almeno intuitivamente, meno numerosi dei produttori, d'altra parte invece quanto più il valore è superiore ad uno tanto maggiore è il numero di chi consuma reddito rispetto a chi lo produce.

I valori prossimi allo zero vengono interpretati come quelli dal connotato positivo indicando una situazione di prosperità economica con elevati tassi di attività, al contrario quelli molto superiori all'unità hanno un connotato negativo per le motivazioni opposte².

Gli indicatori di benessere della tabella 23 riguardano esclusivamente la situazione della redditività nelle aree commerciali trascurando del tutto

eventuali sfumature relative alla qualità della vita; la motivazione di una tale scelta è strettamente dipendente dall'oggetto d'analisi.

Ai nostri fini era interessante verificare l'eventuale relazione diretta tra le situazioni di prosperità economica e la tenuta della piccola distribuzione che solitamente mantiene un livello dei prezzi superiore a quello della grande distribuzione, anche se il maggior orientamento al servizio è spesso in grado di riequilibrare il confronto con la GD in termini di qualità/prezzo.

Gli indicatori sulla struttura economica sono stati introdotti per completare il contesto socioeconomico delle aree commerciali in esame.

Con questo insieme di indicatori abbiamo inteso individuare eventuali caratterizzazioni specifiche delle aree rispetto ad alcune attività economiche

Tabella 23 Elenco delle indicatori di benessere

Reddito disponibile nell'area in milioni di lire (1994)

Reddito disponibile pro - capite in milioni di lire (1994)

Ricchezza immobiliare pro - capite in milioni di lire (1998)

Valore depositi bancari pro - capite in milioni di lire (1998)

Valore impieghi bancari pro - capite in milioni di lire (1998)

Percentuale contribuenti per un imponibile inferiore a 7,2 milioni (1995)

Percentuale contribuenti per un imponibile tra 7,2 e 20 milioni (1995)

Percentuale contribuenti per un imponibile tra 20 e 40 milioni (1995)

Percentuale contribuenti per un imponibile oltre i 40 milioni (1995)

Numero di contribuenti x 100 abt.

² Anche se in letteratura si può trovare l'utilizzo di tale indice per trarre delle conclusioni di carattere economico relativamente al rapporto tra coloro che consumano reddito e coloro che lo producono, è nostra opinione che una simile interpretazione non sia affatto precisa sotto il profilo sia metodologico sia concettuale. Per trarre simili conclusioni risulta essere più opportuno un indice calcolato con la medesima logica ma sulla base di variabili relative alle professioni ed alle posizioni rispetto al mercato del lavoro.

che eventualmente possano essere relazionate alla realtà commerciale.

In particolare gli ultimi due indicatori sono stati scelti come proxy di indicatori di efficienza delle pubbliche amministrazioni ipotizzando migliori dotazioni infrastrutturali e servizi pubblici laddove i versamenti nelle casse dell'erario sono maggiori.

4.2 - Ricerca di variabili esplicative dell'evoluzione del commercio: lo studio dei coefficienti di correlazione lineare

Si cerca ora di comprendere quali tra le variabili testé elencate possano essere in grado di spiegare l'evoluzione del commercio in Piemonte.

In particolare ci si soffermerà sulla grande distribuzione, sulla piccola distribuzione, e più in particolare, sulla

Tabella 24 Elenco delle indicatori della struttura economica

Tasso di attività (1991)

Percentuale attivi nell'industria (1991)

Percentuale attivi in agricoltura (1991)

Percentuale attivi terzo settore (1991)

Numero di addetti per abitante (1991)

Percentuale di addetti nell'industria (1991)

Percentuale di addetti terzo settore (1991)

Percentuale di addetti nelle Pubbliche Amministrazioni (1991)

Numero di addetti per abitante (1996)

Percentuale di addetti nell'industria (1996)

Percentuale di addetti terzo settore (1996)

Aziende agricole x 1.000 abt. (1990)

Presenze turistiche x 1.000 abt. (1996)

Pubblici esercizi x 1.000 abt. (1995)

Unità Locali artigianato x 100 abt. (1991)

Unità Locali artigianato x 100 abt. (1998)

Variazione Unità Locali artigianato (1991 - 1998)

Ammontare versamenti tassa sui rifiuti solidi urbani (RSU) pro - capite (1998)

Indice di dispersione idrica (1987)

piccola distribuzione alimentare, ed infine sui minimercati: si tratta in effetti delle variabili che meglio descrivono l'evoluzione del commercio e che sono alla base dei nostri quesiti iniziali.³

Un primo studio è volto ad individuare l'eventuale esistenza di un legame, di tipo lineare, tra le variabili endogene e quelle che possono spiegarne la variabilità (esogene ma anche, come abbiamo osservato, endogene).

All'uopo sono stati calcolati i coefficienti di correlazione lineare tra le variabili utilizzate.

Dato che i risultati che si ottengono non mettono in rilievo l'esistenza di relazioni lineari intense tra le variabili, si è scelto di mettere in evidenza quelle variabili che presentano un coefficiente di correlazione lineare non inferiore a 0.35 in valore assoluto.

Dalla lettura delle tabelle di correlazione riportate (cfr. tabelle 25 e 26) vediamo come la dinamica della GD presenti correlazione negativa con la densità iniziale di GD (-0.565), ma non con le altre variabili relative al commercio, il che può indicare un processo di completamento della diffusione territoriale dei punti di vendita a partire dalle aree di primo insediamento.

D'altro canto la variazione della GD risulta negativamente correlata con la densità di automobili (-0.429); tale dato che lascia presumere che nel periodo in esame la GD non sia più cresciuta in aree urbane, ma si sia ampliata in aree extra-urbane, a conforto dell'ipotesi di completamento avanzata in precedenza.

Circa la PD, sembra che non vi siano legami diretti con la GD, ma piuttosto, pare che la sua dinamica risulti influenzata, in modo negativo, dalla variazione

Tabella 25 Coefficienti di correlazione lineare tra variabili relative al commercio

	Var. PD alim	Var. PD	Var. Min	Var. GD
Dens.x1000 PD.alim.<80 84	0.082	-0.232	0.046	-0.201
Var. PD.alim.<80 84-98	*	*	-0.389	0.006
Dens.x1000 PD.tot. 84	0.190	-0.045	-0.110	-0.164
Var. PD.tot. 84-98	*	*	-0.454	0.000
Dens.x1000 Minimercati 84	0.045	0.297	-0.710	0.248
Var. Minimercati 84-98	-0.389	-0.454	*	-0.135
Dens.x1000 GD. 84	0.068	0.261	-0.126	-0.565
Var. GD. 84-98	0.006	0.000	-0.135	*

* = dato omissso, in quanto si tratta di una correlazione della variabile con se stessa, oppure con una sua componente.

³ Dal momento che, come abbiamo visto, talune variabili presentano dati anomali (ed in particolare ciò accade per le variabili che illustrano la situazione del commercio), si è proceduto preventivamente ad un'operazione di "trimming" delle variabili. Essa consiste nel "piallare" le code delle distribuzioni delle variabili che presentano dati anomali, utilizzando dei valori di soglia fissati in modo soggettivo, in base a criteri di logica economica, oppure sulla base della distribuzione di frequenza stessa: se alcuni valori eccedono tali soglie, allora vengono sostituiti con esse.

Tabella 26 Coefficienti di correlazione lineare tra variabili relative al commercio e le variabili esogene

	Var. PD alim	Var. PD	Var. Min	Var. GD
Superficie area	0.019	-0.185	0.009	0.111
% popolazione residente in collina	0.010	-0.282	0.170	-0.138
% popolazione residente in montagna	0.106	-0.300	0.169	0.126
% popolazione residente in pianura	-0.075	0.328	-0.189	-0.055
Densità demografica	-0.120	0.251	-0.116	-0.148
Numero automobili circolanti	-0.207	-0.045	0.040	-0.071
Numero autobus circolanti	-0.226	-0.084	0.083	-0.118
Automobili per 1000 abitanti	-0.248	0.047	-0.015	-0.429
Autobus per 1000 abitanti	-0.183	-0.044	-0.181	-0.100
Popolazione residente 84	-0.212	-0.057	0.057	-0.071
Popolazione residente 91	-0.205	-0.046	0.045	-0.061
Popolazione residente 98	-0.198	-0.039	0.033	-0.047
Var.pop. 84-91	0.270	0.431	-0.198	0.270
Var.pop. 91-98	0.316	0.276	-0.247	0.279
Var.pop. 84-98	0.307	0.378	-0.235	0.292
% licenze elementari su titoli	-0.023	-0.324	0.181	0.120
% diplomi su titoli	-0.031	0.272	-0.190	-0.129
% lauree	-0.091	0.172	-0.068	-0.124
% senza titolo e analfabeti	0.259	0.198	-0.043	0.074
% pop. 0-15 anni	-0.111	0.111	0.031	0.296
% pop. 15-64 anni	-0.158	0.179	0.062	0.048
% pop. >65 anni	0.154	-0.168	-0.055	-0.170
Indice carico sociale	0.165	-0.180	-0.062	-0.052
Reddito disponibile (min lire)	-0.212	-0.050	0.047	-0.069
Reddito pro-capite (min lire)	-0.336	-0.011	0.017	-0.130
Ricchezza immobiliare pro-capite (mld lire)	-0.293	-0.108	0.048	-0.131
Depositi bancari pro-capite (min lire)	0.038	0.247	-0.205	-0.282
Impieghi bancari pro-capite (mld lire)	-0.181	0.078	-0.132	-0.239
% contribuenti imponibile 0-7,2 min lire	0.098	-0.051	0.156	0.141
% contribuenti imponibile 7,2-20 min lire	0.156	-0.255	0.079	0.050
% contribuenti imponibile 20-40 min lire	-0.230	0.153	-0.105	-0.081
% contribuenti imponibile >40 min lire	-0.018	0.357	-0.150	-0.080
Contribuenti ogni 100 abitanti	-0.280	-0.474	0.158	0.054
Attivi tot / Popolazione (tasso attività)	-0.308	-0.031	0.159	0.023
Attivi industria / Tot	-0.257	-0.274	0.265	0.122
Attivi agricoltura / Tot	0.221	-0.014	-0.035	0.132
Attivi terziario / Tot	0.082	0.283	-0.236	-0.219
Addetti tot / Tot pop. 91	-0.188	0.113	-0.015	-0.174
Addetti industria / Tot 91	-0.102	-0.220	0.163	0.172
Addetti Terziario / Tot 91	0.119	0.181	-0.157	-0.148
Addetti Istituzioni / Tot. 91	0.053	0.241	-0.139	-0.179
Addetti tot / Tot pop. 96	-0.180	0.043	-0.016	-0.152
Addetti industria / Tot 96	-0.164	-0.237	0.162	0.175
Addetti Terziario / Tot 96	0.164	0.237	-0.162	-0.175
Aziende agricole per 1000 abitanti	0.486	0.107	-0.138	0.004
Presenze turistiche per 1000 abitanti	-0.076	-0.106	0.117	-0.112
Pubblici esercizi per 1000 abitanti	0.021	-0.278	0.126	-0.170
UL artigianato per 100 abitanti 91	-0.033	-0.269	0.075	0.103
UL artigianato per 100 abitanti 98	-0.088	-0.199	0.129	0.115
Variazione UL artigianato 91-98	-0.028	0.300	-0.003	-0.022
Versamenti RSU pro-capite 98	-0.032	0.255	-0.206	-0.033
Acqua dispersa / Acqua in rete 87	-0.004	-0.071	-0.058	-0.074

dei minimercati (-0.389).

Si rileva inoltre che la PD si riduce meno ove il calo della popolazione è più contenuto (si noti la correlazione positiva con la variazione della popolazione nel periodo 1984-98, pari a 0.378, correlazione che risulta ancora più intensa se si considera il solo periodo 1984-91), e nelle aree in cui più forte è la presenza di contribuenti con alto reddito imponibile ed ove è più bassa la quota di contribuenti sul totale della popolazione (tale dato può essere compreso se si pensa che la maggior parte dei contribuenti ha reddito medio-basso).

Come rilevato per la PD, anche la PD alimentare subisce in modo rilevante la concorrenza dei minimercati, come testimoniato dalla correlazione negativa con la va-

riazione dei minimercati (-0.389). A differenza della prima però, non pare legata a variabili di reddito, il che può far presagire un fenomeno di diversificazione all'interno della PD.

Detta variabile pare piuttosto legata alla presenza di aziende agricole: notiamo infatti che la PD alimentare tende a sopravvivere in aree con più accentuati connotati di ruralità.

Per quanto concerne la situazione dei minimercati, notiamo che la loro variazione è correlata negativamente con la loro densità iniziale (-0.710) e con dinamica della PD (-0.454): l'interpretazione che possiamo dare a codesti dati è di una espansione dei minimercati in aree in cui tradizionalmente non erano inseriti e nei quali la presenza della PD si è ridotta.

Grafico e. Diagramma a dispersione tra la densità di GD nel 1984 e la variazione della GD (scala logaritmica)

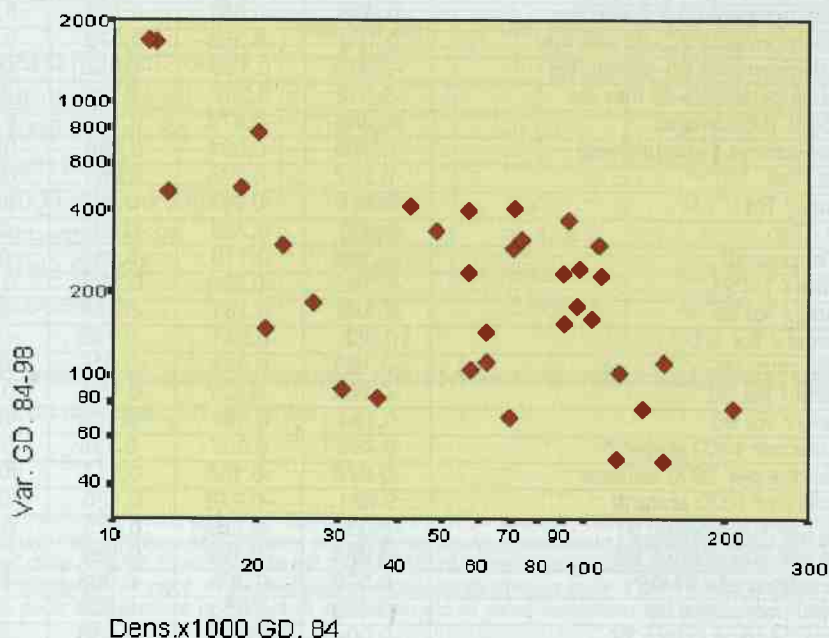


Grafico f. Diagramma a dispersione tra la densità di PD nel 1984 e la variazione della PD

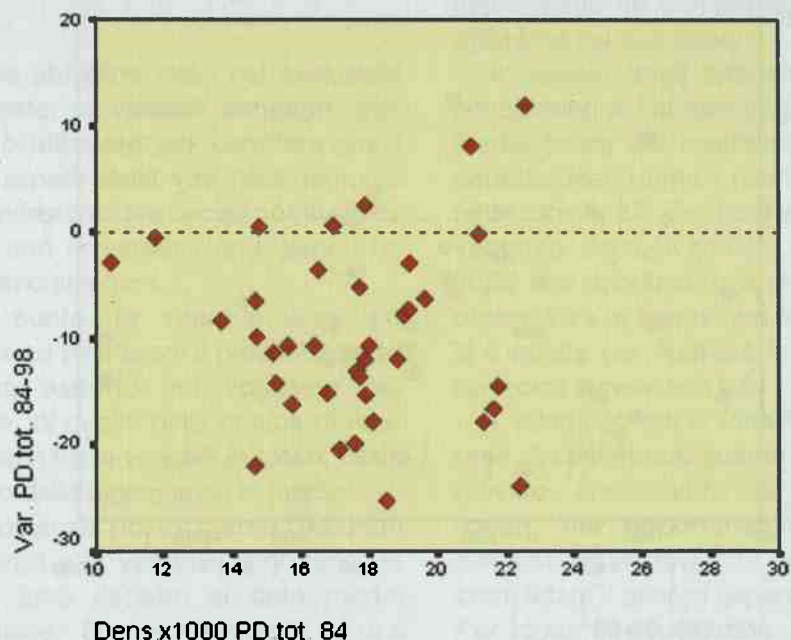


Grafico g. Diagramma a dispersione tra la densità di Minimercati nel 1984 e la variazione dei Minimercati (scala logaritmica)

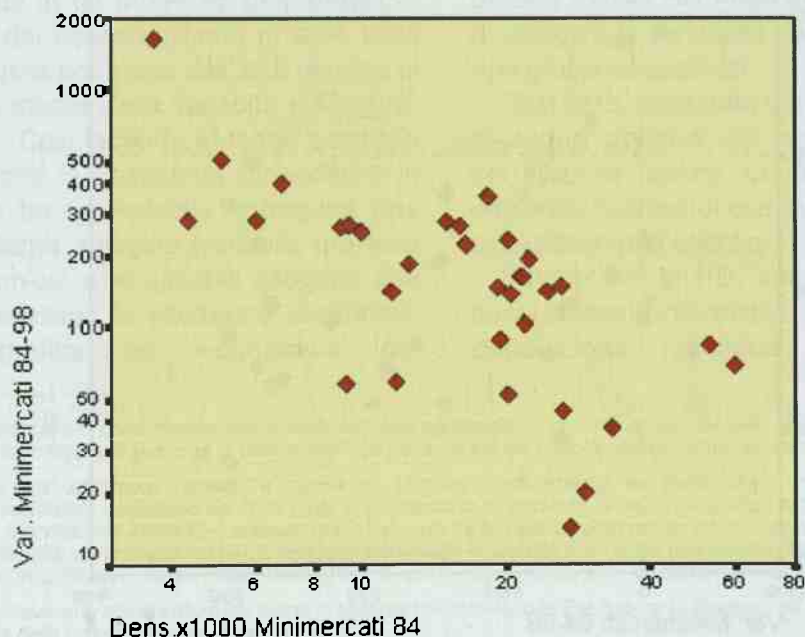


Grafico h. Diagramma a dispersione tra la variazione della GD e la variazione della PD

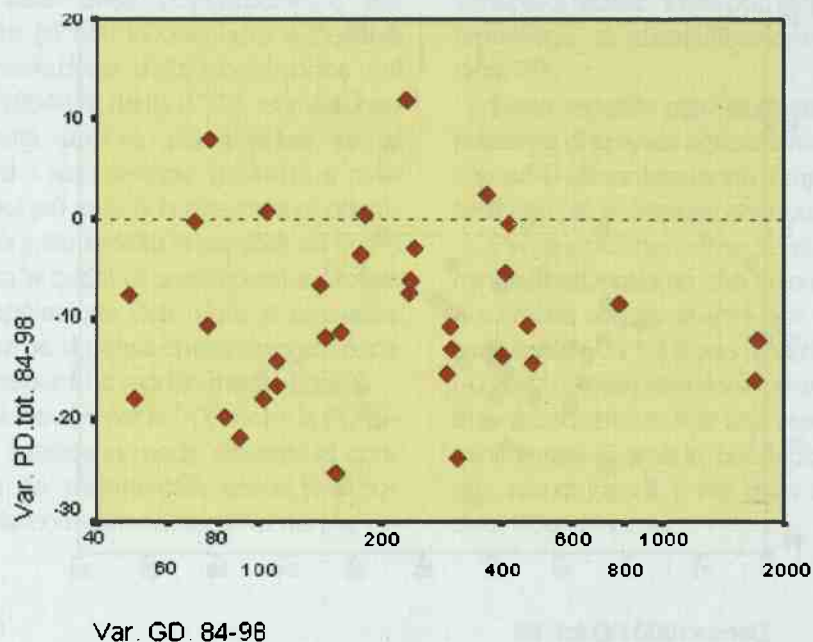
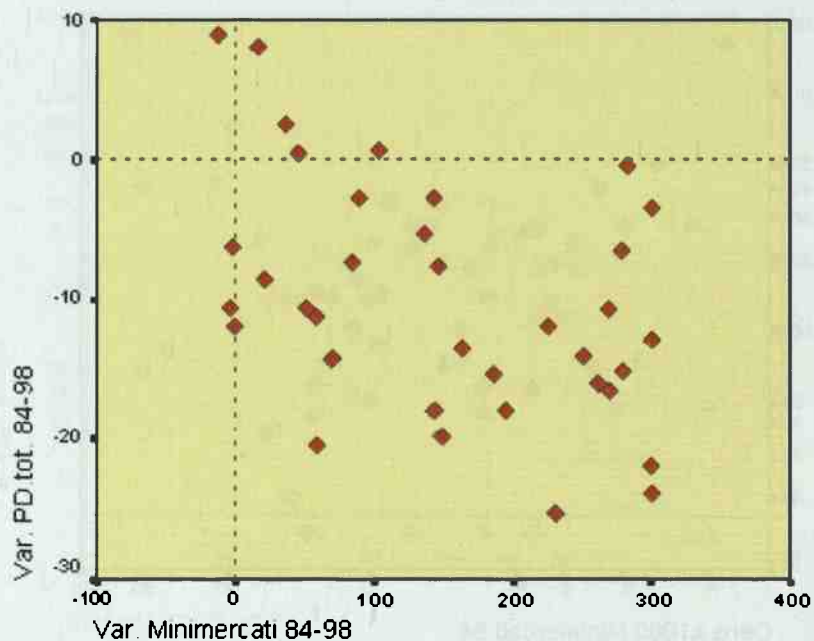


Grafico i. Diagramma a dispersione tra la variazione dei Minimercati e la variazione della PD



4.3 - Analisi della dipendenza in media

Come abbiamo visto nel paragrafo precedente, le variabili esogene, che abbiamo utilizzato per caratterizzare i diversi aspetti della vita nella regione, non manifestano una decisa correlazione lineare con le variabili endogene che intendiamo spiegare.

Dal punto di vista pratico ciò conduce ad esaminare il problema sotto un altro aspetto, se vogliamo più generale, di quello della ricerca di relazioni lineari tra le variabili in gioco, ossia lo studio della dipendenza in media.

In sostanza posizioniamo, facendo riferimento alle variabili endogene, le diverse aree rispetto al dato medio Piemontese.⁴ Si procede quindi ad una classificazione all'interno di due gruppi: quello delle aree che stanno sopra la media piemontese e quello delle aree che stanno al di sotto di tale media. Si procede in tal modo ad una stratificazione del nostro insieme di aree sulla base della posizione dell'area rispetto al valore medio della variabile sull'aggregato. Così facendo si rende possibile analizzare la cosiddetta dipendenza in media tra la variabile endogena che intendiamo spiegare (variabile ora resa dicotomica) e le variabili esogene che caratterizzano la situazione territoriale, demografica ed economica del

Piemonte.⁵ In estrema sintesi vogliamo cioè individuare quelle variabili che manifestano un comportamento medio differente nei due strati.

Il calcolo degli appositi indici che consentono di valutare la dipendenza in media (ossia dei cosiddetti rapporti di correlazione)⁶ porge i risultati contenuti nella tabella 27. Per facilitare la lettura, vengono esclusivamente riportati gli indici che denotano una presenza della dipendenza in media non troppo flebile: si è optato per riportare le variabili con un indice superiore a 0.9.

I valori riportati in tabella 27 permettono di confermare quanto già abbiamo rilevato analizzando le correlazioni lineari, ma apportano anche nuovi elementi informativi, che consentono di completare il quadro generale.

Per quanto riguarda la GD, oltre a ribadire l'esistenza di una dipendenza con la densità iniziale e con il numero di automobili per 1000 abitanti, viene individuata una nuova variabile, la densità iniziale dei minimercati, capace di spiegare la variabilità delle medie nei due gruppi considerati.

Tale dato, analizzato congiuntamente al segno positivo del coefficiente di correlazione lineare, conferma ancora una volta l'ipotesi di completamento già avanzata in precedenza.

Anche per la PD, vengono rilevati nuovi elementi informativi: la quota della popolazione residente in pianura

⁴ A tal proposito è bene rilevare che si tratta del dato aggregato e non della media dei dati: ciò pone al riparo da inconvenienti legati alla presenza di dati anomali che possono influire in modo determinante nel calcolo degli indicatori.

⁵ La via per effettuare l'analisi è quella di studiare graficamente le distribuzioni condizionate delle variabili esplicative, utilizzando dei "box-plot", e valutando la dipendenza in media ricorrendo all'apposito indice di Pearson (il cosiddetto indice Eta, ottenuto quale rapporto tra la varianza delle medie condizionate, o varianza tra gli strati, e la varianza totale). In tal modo vengono individuate le variabili che hanno una diversa distribuzione nei due gruppi ed in particolare, hanno media diversa, tenuto conto naturalmente della variabilità interna degli strati.

⁶ Tale indice è noto in letteratura col nome di rapporto di correlazione Eta quadro di Pearson, ed è una misura normalizzata della variabilità delle medie di strato.

(naturalmente compaiono anche le variabili quota della popolazione residente in montagna ed in collina, che rappresentano il complemento della precedente, ed alle quali, per tale ragione, non ci interessiamo), la percentuale di licenze elementari sul totale dei titoli e la percentuale di diplomi sul totale dei titoli, il numero di pubblici esercizi

per 1000 abitanti.

Dalla lettura di tali dati emerge che la PD sopravvive meglio in aree pianeggianti, ove la popolazione presenta un livello di istruzione più alto ed ove il reddito è medio alto. Si nota inoltre l'esistenza di dipendenza in media con la densità iniziale della PD alimentare.

La PD alimentare è sotto la media in

Tabella 27 Indici di dipendenza in media (rapporti di correlazione)

	Var. PD	Var. PD alim.	Var. Mini.	Var. GD
% popolazione residente in collina	0.124 (-)			
% popolazione residente in montagna	0.143 (-)			
% popolazione residente in pianura	0.170 (+)			
Densità demografica	0.087(+)			
Automobili per 1000 abitanti		0.125 (-)		0.127 (-)
Autobus per 1000 abitanti		0.191 (-)		
Var.pop. 84-91	0.222(+)			
Var.pop. 91-98		0.100(+)		
Var.pop. 84-98	0.155(+)	0.094(+)		
% licenze elementari su titoli	0.153 (-)			
% diplomi su titoli	0.154(+)			
Reddito pro-capite (min lire)		0.186 (-)		
Ricchezza immobiliare pro-capite (mld lire)		0.121 (-)		
% contribuenti imponibile 7,2-20 min lire	0.137 (-)			
% contribuenti imponibile 20-40 min lire	0.123(+)			
% contribuenti imponibile >40 min lire	0.181(+)			
Contribuenti ogni 100 abitanti	0.109 (-)			
Attivi terziario / Tot	0.088(+)			
Aziende agricole per 1000 abitanti		0.139(+)		
Pubblici esercizi per 1000 abitanti	0.148 (-)			
Dens.x1000 PD.alim.<80 84	0.143(+)			
Var. PD.alim.<80 84-98			0.180 (-)	
Var. PD.tot. 84-98			0.212 (-)	
Dens.x1000 Minimercati 84			0.385 (-)	0.147(+)
Var. Minimercati 84-98	0.146(+)			
Dens.x1000 GD. 84				0.129 (-)

I segni aggiunti tra parentesi fanno riferimento ai segni dei coefficienti di correlazione lineare: dal momento che il rapporto di correlazione può assumere valori compresi tra lo zero e l'uno, esso segnala esclusivamente l'intensità della dipendenza.

aree ad alta densità di automobili ed autobus (aree urbane), con alto reddito, mentre è sopra la media in aree ove la popolazione si è ridotta di meno, ed ove è alta la componente di aziende agricole.

Questi aspetti possono lasciar presagire un fenomeno di diversificazione all'interno della PD: la perdita di posizioni della PD è da imputarsi soprattutto al consistente calo di unità di PD

alimentare, in quanto la PD resiste ove sussiste un certo tipo di clientela che ha una certa propensione alla spesa e ricerca un servizio di qualità del tipo di quello offerto dalle boutique, ma non nel settore alimentare.

Per concludere, osserviamo che i valori dei rapporti di correlazione confermano quanto già detto in precedenza circa la situazione dei minimercati.

5. LA COSTRUZIONE DI UN MODELLO ESPLICATIVO

A questo punto del nostro studio intendiamo formalizzare i ragionamenti fino ad ora fatti, pervenendo alla costruzione di alcuni modelli che permettano di comprendere quali variabili sono in grado di spiegare l'evoluzione del commercio nel periodo considerato.

Le tecniche proposte sono due: un primo approccio riguarda la costruzione di modelli di regressione lineare, un secondo l'impiego dell'analisi discriminante, tecnica che consente di individuare un modello per classificare le aree commerciali a seconda che siano posizionate sopra o sotto la media regionale, con riferimento alle variabili endogene considerate¹.

Al fine di guidare il lettore alla comprensione dei fenomeni che stiamo analizzando e delle loro determinanti, la costruzione dei modelli di regressione avviene aggiungendo gradualmente le variabili di interesse, individuate in precedenza, per giungere infine alla presentazione di una specificazione capace di catturare l'informazione necessaria. Viene perciò dato risalto ai coefficienti di correlazione parziale: si tratta di coefficienti che forniscono un'indicazione circa la capacità esplicativa di ciascuna delle variabili considerate

sulla variabile che modelliamo, al netto degli effetti delle altre variabili in gioco.

5.1 - La dinamica della Grande Distribuzione

5.1.1. La costruzione di un modello di regressione lineare

Cominciamo col discutere i modelli di regressione lineare con i quali intendiamo spiegare la dinamica della GD. Per quanto riguarda le variabili esplicative, si sono utilizzate le variabili relative al commercio (anche quando esse non manifestino intense correlazioni lineari con la variabile che spieghiamo); gli altri regressori sono stati scelti sulla base dei coefficienti di correlazione lineare, oppure in base ad una logica puramente economica, giungendo all'individuazione di cinque specificazioni lineari diverse, ciascuna delle quali si differenzia dalla precedente per l'aggiunta di un nuovo regressore, caratterizzante un aspetto diverso.

Più in dettaglio, quella che abbiamo chiamato specificazione lineare I include i seguenti regressori: Variazione PD,

¹ Dal momento che entrambe le tecniche coinvolgono modelli di tipo lineare, oltre ad utilizzare i dati "trimmati", si è optato per la loro standardizzazione: si giunge così a modelli nella cui specificazione analitica non compare il termine costante.

Per la costruzione dei modelli è bene ricordare che:

1. la scelta delle variabili esplicative avviene utilizzando quelle variabili che spiegano al meglio la variabilità nei diversi strati (nel caso dell'analisi discriminante) e che sono maggiormente correlate (nel caso della regressione lineare),

2. le variabili da includere nei modelli sono individuate ricorrendo ad una procedura di tipo step-wise in avanti: nel caso della regressione lineare il test per l'inclusione della variabile si basa sulla correlazione parziale tra la variabile spiegata ed il regressore (vengono escluse le variabili che presentano correlazioni parziali esigue), mentre per l'analisi discriminante ci si basa su una procedura che ad ogni passo inserisce al variabile che minimizza la somma della variazione non spiegata per tutte le coppie di gruppi considerati.

Variazione Minimercati, Densità iniziale PD, Densità iniziale Minimercati, Densità iniziale GD, ossia le variabili relative allo stato iniziale ed alla dinamica del commercio (ricordiamo che risultano correlate con la variazione della GD solo le densità iniziali dei minimercati e della GD). Nelle specificazione II abbiamo aggiunto alle variabili testé elencate una variabile territoriale, ossia la densità automobili per 1000 abitanti, che come

abbiamo visto è l'unica negativamente correlata (-0.429) con la dinamica della GD (cfr. la tabella di correlazione 26).

Successivamente, vengono introdotte, accanto alle precedenti, la variabile demografica "Variazione popolazione 1984-1998" (specificazione III), poi l'indicatore di benessere "Depositi bancari pro-capite" (specificazione IV) ed infine la variabile strutturale "Attivi terziario / Totale" (specificazione V).

Tabella 28. Determinanti della dinamica della GD

	Specificazione I	Specificazione II	Specificazione III	Specificazione IV	Specificazione V
Dens.x1000 GD. 84	-0.669* (0.191)	-0.556* (0.217)	-0.592* (0.217)	-0.624* (0.220)	-0.696* (0.233)
	-0.552	-0.442	-0.471	-0.484	-0.521
Var. Minimercati 84-98	-0.114 (0.253)	-0.138 (0.253)	-0.061 (0.259)	-0.049 (0.259)	-0.028 (0.261)
	-0.085	-0.104	-0.046	-0.038	-0.022
Dens.x1000 Minimercati 84	0.029 (0.293)	0.015 (0.292)	0.056 (0.292)	0.027 (0.293)	0.001 (0.295)
	0.019	0.010	0.038	0.019	0.000
Var. PD.tot. 84-98	0.149 (0.186)	0.104 (0.190)	0.079 (0.189)	0.040 (0.193)	0.000 (0.198)
	0.150	0.105	0.081	0.041	0.000
Dens.x1000 PD.tot. 84	0.087 (0.211)	0.071 (0.211)	0.143 (0.218)	0.109 (0.220)	0.114 (0.221)
	0.078	0.064	0.128	0.098	0.105
Automobili per 1000 abitanti		-0.194 (0.178)	-0.087 (0.198)	-0.228 (0.242)	-0.234 (0.243)
		-0.206	-0.086	-0.185	-0.193
Var.pop. 84-98			0.225 (0.189)	0.273 (0.195)	0.365 (0.218)
			0.228	0.271	0.324
Depositi bancari pro-capite (mi)				0.267 (0.265)	0.286 (0.266)
				0.198	0.214
Attivi terziario / Tot					0.179 (0.190)
					0.190
R quadrato	0.390	0.415	0.446	0.467	0.487
R quadrato corretto	0.281	0.286	0.297	0.297	0.294

* = significativo ai 95%

Nella tabella vengono riportati i valori dei coefficienti del modello, la loro deviazione standard (tra parentesi) e la correlazione parziale con la variabile che andiamo a spiegare, al netto della correlazione fra la tale variabile e gli altri regressori inseriti nel modello (in corsivo).

I risultati riportati nella tabella 28 confermano quanto affermato in precedenza, circa l'ipotesi di completamento delle strutture della GD.

Osservando i coefficienti di correlazione parziale, risulta chiaro che l'unico contributo rilevante nella spiegazione della dinamica della GD giunge dalla densità iniziale di GD: in effetti aggiungendo ulteriori variabili non si assiste ad un deciso incremento del coefficiente di determinazione (R quadrato corretto per i gradi di libertà).

Il modello lineare che utilizziamo quindi per spiegare la variazione della GD è del tipo:

$$\text{Var.GD} = b \text{ Dens.GD.84} + \text{errore}$$

ove la stima del coefficiente di regressione b porge

Stima di b	
Deviazione standard	-0.585*
	(0.150)
R quadrato	
R quadrato corretto	0.314
	0.293

* = significativo al 95%

Al fine di aiutare il lettore alla comprensione del risultato presentato, possiamo interpretare lo stesso dicendo che all'aumento di una unità di Densità di GD.84 (standardizzata), la variazione GD (standardizzata) diminuisce "mediamente" di circa 0,6 punti.

5.1.2. L'impiego dell'analisi discriminante

I risultati e le interpretazioni ottenuti con la regressione lineare vengono confermati ricorrendo alla tecnica della analisi discriminante lineare (AD nel seguito)². Utilizzando tale procedura si individua una seconda variabile di interesse, la densità dei minimercati 1984, pervenendo al modello discriminante lineare che segue³:

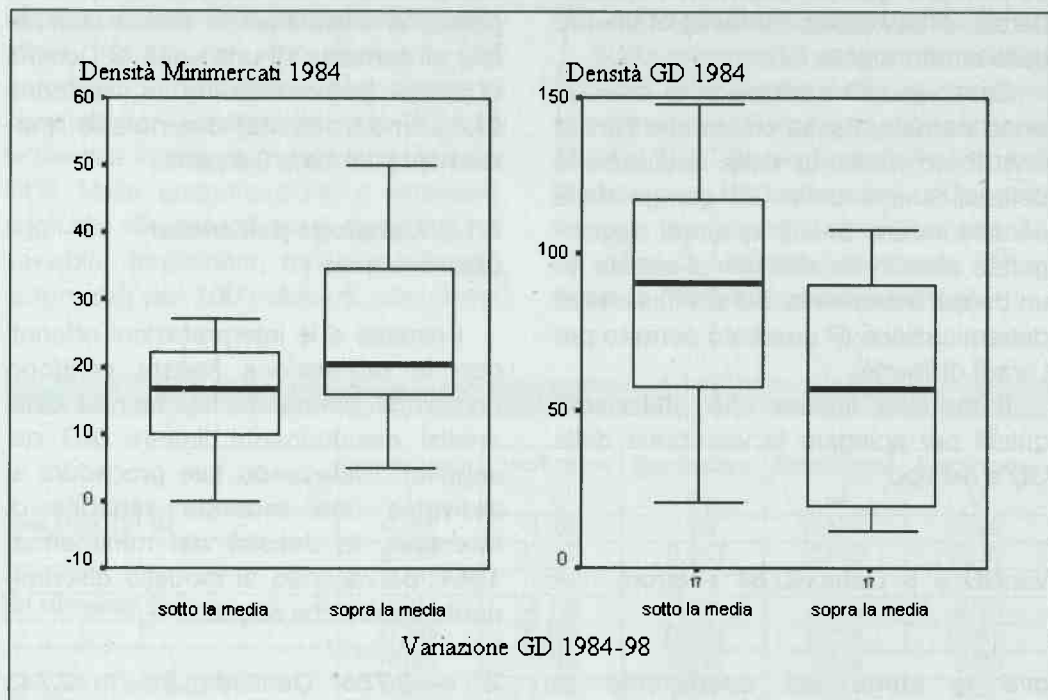
$$Z = 0.785 \text{ Dens.Mini.84} - 0.743 \text{ Dens.GD.84}$$

Esso conferma il fatto che la GD sia cresciuta soprattutto dove meno era presente inizialmente, evidenziando il completamento del settore, ed emerge il nuovo fatto che la GD si sia sviluppata ove era comunque già esistente una rete di distribuzione di minimercati, con i quali la GD è entrata in concorrenza.

Il modello discriminante permette di raggruppare il 70.6% dei casi evidenziando discrete capacità classificatorie.

² La tecnica della AD lineare permette di introdurre dei modelli di tipo lineare in cui la variabile da spiegare (nel nostro caso la variazione della GD) è dicotomica: si utilizza cioè la variabile indicatrice che assume valore uno se l'area risulta sopra la media regionale e zero altrimenti.

³ Il valore Z , detto "score", permette l'attribuzione delle aree a ciascuno dei due gruppi individuati ricorrendo alla media regionale.



5.2 - La dinamica della Piccola Distribuzione

5.2.1. La costruzione di un modello di regressione lineare

Ci soffermiamo ora sulla variabile che descrive la dinamica del modello distributivo contrapposto a quello della GD, ossia la variazione della PD, e, come in precedenza, ci prefiggiamo l'obiettivo di individuare un modello esplicativo.

Ancora una volta utilizziamo la tecnica della regressione lineare e procediamo a passi, aggiungendo di volta in volta nuovi regressori.

Come abbiamo fatto per la variazione della GD, consideriamo inizialmente le variabili relative al commercio, ossia le Densità iniziali di PD, GD e Mini, e le Variazioni

di GD e dei Minimercati (specificazione I).

Nelle specificazioni successive vengono aggiunte, le variabili che seguono: la quota della popolazione residente in pianura (specificazione II) quale variabile territoriale, la variazione della popolazione nel periodo 1984-1991 e la percentuale di licenze elementari sui titoli (specificazione III) quali variabili demografiche, la percentuale di contribuenti con imponibile superiore a 40 Min e la quota di contribuenti ogni 100 abitanti (specificazione IV) quali variabili di benessere ed infine, la densità di pubblici esercizi per 1000 abitanti (specificazione V) quale variabile strutturale.

La scelta ancora una volta cade sulle variabili maggiormente correlate in modo lineare con la variabile endogena che stiamo studiando (ossia, la variazione della PD).

Tabella 29. Determinanti della dinamica della PD

	Specificazione I	Specificazione II	Specificazione III	Specificazione IV	Specificazione V
Var. GD. 84-98	0.150 (0.188)	0.171 (0.196)	0.001 (0.217)	0.053 (0.225)	0.046 (0.231)
	0.150	0.165	0.001	0.049	0.043
Dens.x1000 GD. 84	0.470* (0.213)	0.538 (0.265)	0.265 (0.303)	0.316 (0.316)	0.307 (0.324)
	0.386	0.364	0.172	0.204	0.198
Var. Minimercati 84-98	-0.219 (0.252)	-0.502 (0.259)	-0.221 (0.255)	-0.154 (0.264)	-0.156 (0.269)
	-0.162	-0.149	-0.171	-0.121	-0.123
Dens.x1000 Minimercati 84	0.328 (0.288)	0.367 (0.306)	0.240 (0.308)	0.305 (0.317)	0.308 (0.324)
	0.210	0.225	0.154	0.197	0.199
Dens.x1000 PD.tot. 84	-0.413* (0.288)	-0.459 (0.227)	-0.180 (0.277)	-0.267 (0.302)	-0.227 (0.339)
	0.210	-0.363	-0.129	0.181	-0.141
% popolazione residente in pian		-0.101 (0.231)	-0.262 (0.258)	-0.210 (0.304)	-0.223 (0.314)
		-0.084	-0.200	-0.143	-0.150
Var.pop. 84-91			0.368 (0.229)	0.225 (0.260)	0.207 (0.273)
			0.306	0.178	0.160
% licenze elementari su titoli			-0.353 (0.237)	-0.285 (0.366)	-0.259 (0.385)
			-0.285	-0.160	-0.142
% contribuenti imponibile >40 m				-0.103 (0.443)	-0.079 (0.460)
				-0.049	-0.142
Contribuenti ogni 100 abitanti				-0.239 (0.197)	-0.234 (0.202)
				-0.245	-0.240
Pubblici esercizi per 1000 abitanti					-0.083 (0.290)
					-0.061
R quadrato	0.389	0.394	0.460	0.493	0.494
R quadrato corretto	0.280	0.259	0.287	0.272	0.242

* = significativo al 95%

Procedendo in modo più accurato, attraverso l'analisi dei coefficienti di correlazione lineare parziali, si giunge alla specificazione che segue:

$$\text{Var.PD} = b_1 \text{ Var.Mini} + b_2 \text{ Contr} + b_3 \text{ Var.Pop} + \text{errore}$$

ove

Var.Mini = Variazione dei Minimercati 84-98,

Contr = Contribuenti ogni 100 abitanti

Var.Pop = Variazione della popolazione nel periodo 1984-91.

La stima dei coefficienti porge

Var.pop. 84-91	0.239** (0.140)
Contribuenti ogni 100 abit.	-0.331* (0.139)
Var. Minimercati 84-98	-0.350* (0.135)
R-quadrato	0.422
R-quadrato corretto	0.370

* = significativo al 95% - ** = significativo al 90%

Le stime dei parametri del modello di regressione mettono in risalto il fatto che il calo della piccola distribuzione, in termini di punti vendita, possa essere spiegato da un fattore di natura demografica, il calo della popolazione, ed in particolare dal calo della popolazione nella prima parte del periodo preso in esame, dalla densità di contribuenti sul territorio (ove vi è più alta presenza di contribuenti la PD resiste meglio) e dalla dinamica dei Minimercati, che risultano essere il vero elemento concorrenziale della piccola distribuzione.

Sotto il profilo interpretativo notiamo che, fermi restando i valori delle variabili (standardizzate) "contribuenti ogni 100 abitanti" e "variazione Minimercati", l'au-

mento di una unità di variazione della popolazione nel periodo 1984-1991 avrebbe prodotto un aumento medio nella variazione della GD di circa 0,24. Tale ragionamento si ribalta se consideriamo la variazione dei Minimercati: ferme restando le altre due variabili, un aumento unitario di tale grandezza avrebbe prodotto un calo medio della variazione della GD di 0,35. In modo analogo, tale discussione si può ripetere per i "contribuenti ogni 10 abitanti".

5.2.2. La tecnica della analisi discriminante

Anche in questo caso, utilizziamo la tecnica della AD lineare, al fine di completare l'analisi. Procedendo ad una scelta delle variabili discriminanti, si giunge al modello che segue

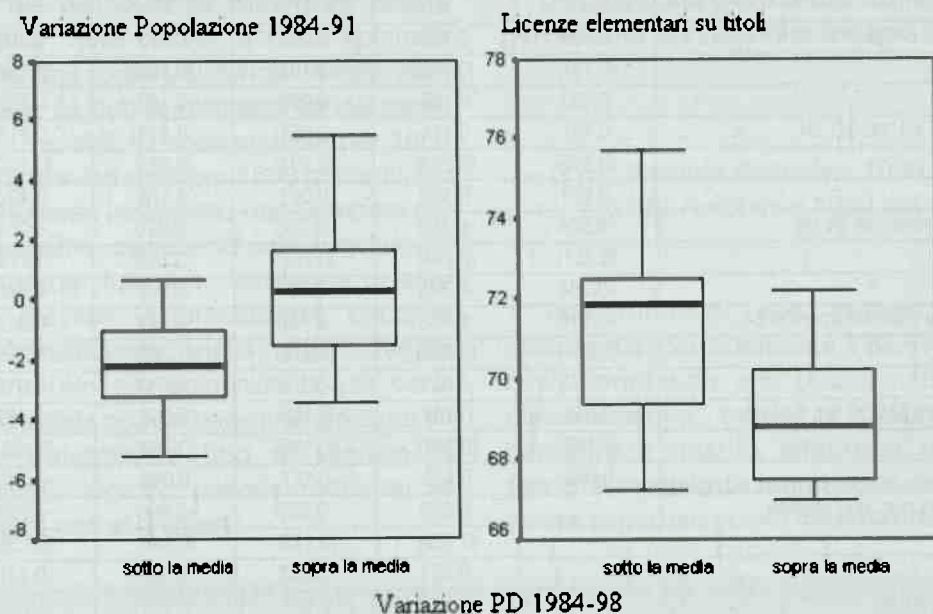
$$Z = 0.905 \text{ Var.Pop.84-91} - 0.807 \text{ LicenzeElementari/Titoli}$$

Il modello lineare discriminante permette di classificare correttamente l'86.5% dei casi, testimoniando una buona capacità classificatoria del modello individuato, come può anche essere rilevato dal diagramma a dispersione tra le due variabili scelte (cfr. il grafico m.).

Come possiamo notare, accanto alla variabile demografica, già individuata con la regressione lineare, compare una variabile che descrive il grado di istruzione: la percentuale di licenze elementari sui titoli.

Tale aspetto è da collegarsi al particolare orientamento alla qualità del servizio manifestato da persone con livello di istruzione medio-alto: esse si rivolgono a negozi specializzati quali le boutique, piuttosto che alla distribuzione di massa, favorendo la sopravvivenza di tali modelli distributivi.

Grafico m. Distribuzioni di frequenza della variazione della popolazione 84-91 e della percentuale di licenze elementari su titoli



5.3 - La dinamica della Piccola Distribuzione Alimentare con superficie <80 mq

5.3.1. La costruzione di un modello di regressione lineare

Il paragrafo è dedicato allo studio della dinamica della PD alimentare, ossia del comparto della PD che più ha perso posizioni nel periodo considerato, e delle relazioni con le altre variabili oggetto di studio.

Come già fatto in precedenza, affrontiamo inizialmente il problema utilizzando la tecnica della regressione lineare, costruendo dapprima una serie di specificazioni lineari per poi giungere

ad un modello esplicativo significativo.

Cominciamo con il modellare i legami tra la variazione PD alimentare e le variabili del commercio, ossia le variazioni della GD e dei Minimercati, e "le densità iniziali di GD, Minimercati e PD" (specificazione I), quindi introduciamo la variabile territoriale "Autobus per 1000 abitanti" (specificazione II).

In seguito aggiungiamo i nuovi regressori "Variazione della popolazione 1984-98 quale variabile demografica" (specificazione III), la variabile di benessere "Reddito pro-capite" (specificazione IV) ed infine le variabili strutturali "Aziende agricole per 1000 abitanti e Tasso di attività" (specificazione V). Procedendo alla consueta stima a passi successivi si hanno i risultati prodotti in tabella 30:

Tabella 30. Determinanti della dinamica della PD alimentare

	Specificazione I	Specificazione II	Specificazione III	Specificazione IV	Specificazione V
Var. GD 84-98	0.195 (0.187)	0.150 (0.179)	0.094 (0.187)	0.133 (0.188)	0.206 (0.164)
	0.193	0.159	0.098	0.140	0.253
Dens. x 1000 GD. 84	0.157 (0.212)	0.111 (0.203)	0.085 (0.204)	0.199 (0.223)	0.415 (0.197)
	0.138	0.140	0.081	0.176	0.402
Var. Minimercati 84-98	-0.364 (0.251)	-0.462 (0.244)	-0.395 (0.252)	-0.326 (0.256)	-0.253 (0.214)
	-0.264	-0.343	-0.294	-0.247	-0.240
Dens. x 1000 Minimercati 84	-0.116 (0.287)	-0.178 (0.275)	-0.150 (0.275)	-0.061 (0.282)	-0.017 (0.237)
	-0.076	-0.124	-0.106	-0.044	-0.015
Dens. x 1000 PD tot. 84	0.051 (0.197)	0.125 (0.191)	0.182 (0.199)	0.055 (0.233)	-0.132 (0.195)
	0.049	0.125	0.177	0.049	-0.140
Autobus per 1000 abitanti		-0.279 (0.139)	-0.235 (0.145)	-0.200 (0.146)	-0.299 (0.125)
		-0.361	-0.302	-0.263	-0.447
Varpop 84-98			0.181 (0.175)	0.078 (0.192)	0.134 (0.206)
			0.199	0.081	0.135
Reddito pro-capite (min lire)				-0.227 (0.185)	0.114 (0.193)
				-0.238	0.122
Aziende agricole per 1000 abitanti					0.623 (0.179)
					0.587
Attivi tot / Popolazione (tasso)					-0.234 (0.193)
					-0.245
R quadrato	0.191	0.296	0.324	0.362	0.595
R quadrato corretto	0.046	0.139	0.142	0.158	0.419

Attraverso lo studio dei coefficienti di correlazione parziale giungiamo infine ad un modello esplicativo la cui specificazione include le variabili: gli autobus per 1000 abitanti, le aziende agricole per 1000 abitanti e la variazione dei minimercati. Le stime dei parametri porgono.

Aziende agricole per 1000 abitanti	0.336* (0.115)
Var. Minimercati 84-98	-0.329* (0.115)
Autobus per 1000 abitanti	-0.281* (0.112)
R-quadrato	0.407
R-quadrato corretto	0.353

Come nel caso della PD, notiamo l'effetto negativo della presenza minimercati, inoltre possiamo dire che la piccola distribuzione alimentare resista meglio nelle aree aventi spiccata vocazione rurale piuttosto che nelle aree urbane (si noti la discrepanza dei segni delle variabili Aziende agricole per 1000 abitanti e Autobus per 1000 abitanti).

Notiamo inoltre che non compare più la variabile caratterizzante il grado di istruzione: tale fatto conferma quanto già rilevato in precedenza circa la differenziazione nella PD, legata soprattutto alle esigenze di una certa fascia della popolazione che gradisce un ben determinato tipo di servizio di qualità, legato prevalentemente al settore non alimentare.

5.3.2. La tecnica della analisi discriminante

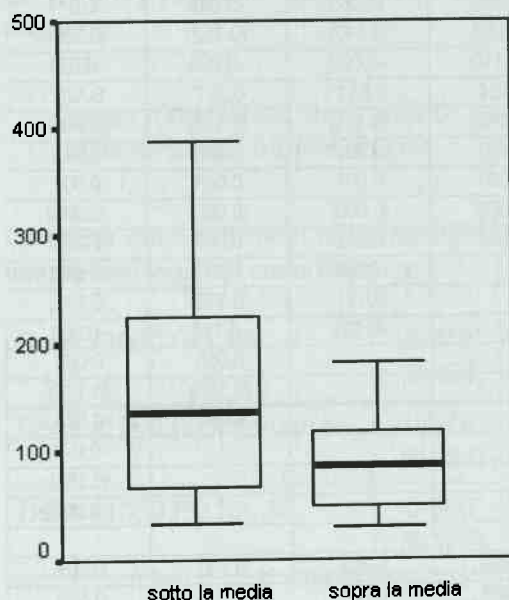
Utilizzando la tecnica dell'AD lineare, perveniamo alla relazione lineare

$$Z = -0.781 \text{ Aziende.Agricole.x.1000.abt} + 0.872 \text{ Autobus.x.1000.abt}$$

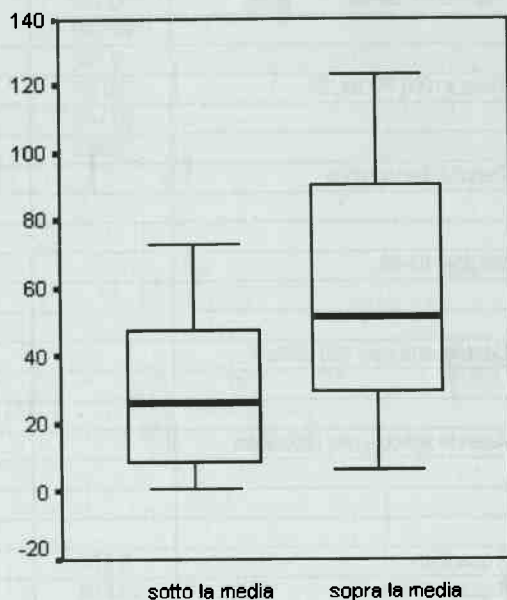
Tale modello, che consente di classificare correttamente l'83.8% dei casi, denotando una buona capacità discriminatoria, tende in sostanza a confermare quanto affermato discutendo il modello di regressione lineare, senza apportare nuove informazioni.

Grafico n. Distribuzioni di frequenza delle variabili autobus per 1000 abitanti ed aziende agricole per 1000 abitanti

Autobus per 1000 abitanti



Aziende agricole per 1000 abitanti



Variazione PD alimentare 1984-98

5.4 - La dinamica dei Minimercati

5.4.1. Il modello di regressione lineare

Per concludere la nostra disamina, analizziamo il caso dei minimercati, che rappresentano, se vogliamo, l'elemento di novità emerso nel nostro studio.

Esso infatti si inserisce nel classico schema GD-PD, completandolo.

Infatti se la GD può essere utilizzata per spiegare un modello di espulsione, i Minimercati permettono di introdurre dei ragionamenti in termini di qualificazione del settore commerciale.

Procedendo come nei paragrafi precedenti, individuiamo le specificazioni riportate nella tabella 31: dopo aver utilizzato le sole variabili relative al commercio (specificazione I), si introducono la variabile territoriale

Tabella 31. Determinanti della dinamica dei Minimercati

	Specificazione I	Specificazione II	Specificazione III	Specificazione IV	Specificazione V
Var. GD. 84-98	-0.063 (0.140)	-0.086 (0.139)	-0.054 (0.148)	-0.055 (0.150)	-0.074 (0.160)
	-0.085	-0.119	-0.071	-0.073	-0.094
Dens.x1000 GD. 84	-0.262 (0.163)	-0.369 (0.178)	-0.346 (0.183)	-0.336 (0.187)	-0.381 (0.221)
	-0.290	-0.372	-0.348	-0.337	-0.332
Dens.x1000 Minimercati 84	-0.846* (0.148)	-0.913* (0.153)	-0.904* (0.155)	-0.907* (0.158)	-0.923* (0.166)
	-0.734	-0.754	-0.752	-0.754	-0.751
Var. PD.tot. 84-98	-0.120 (0.138)	-0.080 (0.139)	-0.065 (0.142)	-0.045 (0.152)	-0.017 (0.169)
	-0.162	-0.110	-0.090	-0.059	-0.021
Dens.x1000 PD.tot. 84	0.318* (0.146)	0.424* (0.162)	0.381* (0.175)	0.381* (0.178)	0.420* (0.206)
	0.382	0.451	0.393	0.393	0.385
Densità demografica		0.001 (0.000)	0.001 (0.000)	0.001 (0.000)	0.001 (0.000)
		0.263	0.242	0.247	0.222
Var.pop. 84-98			-0.090 (0.131)	-0.075 (0.138)	-0.060 (0.145)
			-0.133	-0.180	-0.084
Contribuenti ogni 100 abitanti				0.055 (0.136)	0.050 (0.138)
				0.081	0.074
Aziende agricole per 1000 abita					-0.074 (0.184)
					-0.082
R quadrato	0.673	0.696	0.701	0.703	0.705
R quadrato corretto	0.615	0.628	0.621	0.608	0.595

* = significativo al 95%

“densità demografica” (specificazione II), la variabile demografica “variazione della popolazione 84-98” (specificazione III), la variabile di benessere “contribuenti ogni 100 abitanti” (specificazione IV), ed infine, la variabile strutturale “aziende agricole ogni 1000 abitanti” (specificazione V).

Leggendo la tabella, ed in particolare soffermandosi sui coefficienti di correlazione lineare parziali, osserviamo che le variabili di interesse risultano essere le sole densità iniziali: osservando i segni si deduce che la superficie dei minimercati è cresciuta di più in aree inizialmente occupate dalla PD, mentre il calo è stato più contenuto ove già erano presenti insediamenti di Minimercati e/o GD, che, come abbiamo visto, ha invaso aree in cui tale modello distributivo era presente.

Codesto aspetto conferma l'ipotesi di qualificazione, già avanzato in precedenza.

Giungiamo quindi all'individuazione delle tre variabili esplicative che seguono:

Dens.x1000 GD 84, Dens.x1000
Minimercati 84 e Dens. PD.tot.

Le stima dei coefficienti della relazione lineare che lega tali variabili porge

Dens.x1000 GD. 84	-0.279* (0.120)
Dens.x1000 Minimercati 84	-0.928* (0.124)
Dens.x1000 PD.tot. 84	0.380* (0.127)
R-quadrato	0.660
R-quadrato corretto	0.626

5.4.2. L'analisi discriminante

I risultati della regressione lineare vengono confermati e completati con l'impiego della AD lineare: le variabili discriminanti che vengono individuate sono la densità iniziale dei minimercati e la variazione della PD.

Procedendo alla stima si ottiene il modello di classificazione

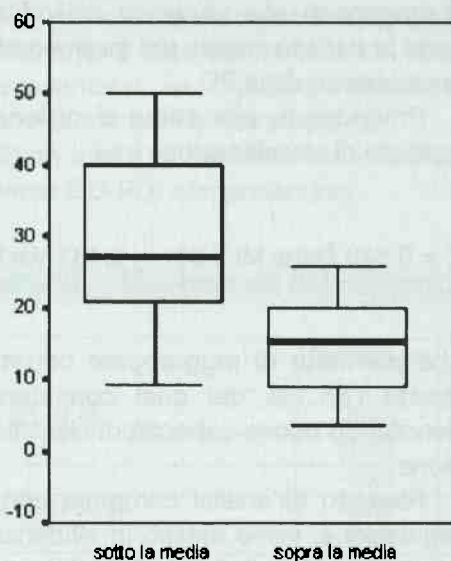
$$Z = 0.823 \text{ Dens.Min.84} + 0.481 \text{ Var.PD}$$

che permette di raggruppare correttamente l'86.1% dei casi considerati, denotando buone capacità di classificazione.

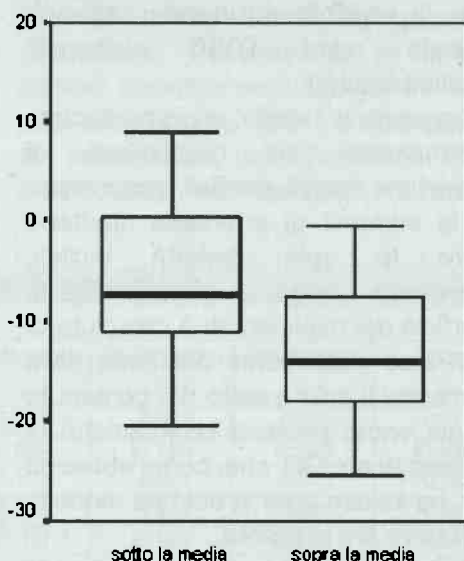
Rispetto all'analisi compiuta con la regressione, viene messo in evidenza il ruolo della dinamica della PD totale, e se vogliamo, viene così ad essere enfatizzato l'aspetto di riqualificazione imputabile al modello distributivo dei minimercati.

Grafico o. Distribuzioni di frequenza delle variabili densità minimercati 1984 e variazione PD tot.

Densità Minimercati 1984



Variazione PD tot 1984-98



Variazione Minimercati 1984-98

5.5 - Alcune conclusioni

L'analisi compiuta nelle pagine precedenti permette di mettere in luce alcuni aspetti chiave, che riassumiamo qui sinteticamente:

- la variazione della GD non risulta spiegabile da alcuno dei fattori esogeni considerati;
- la GD è cresciuta maggiormente ove era meno presente all'inizio del periodo in esame ed ove vi era maggior addensamento di Minimercati. Questi ultimi possono essere letti sia come forma evolutiva della PD tradizionale, sia come forma organizzativa che la GD adotta per penetrare nelle aree territoriali di più

difficile accesso: il rapporto della GD con i Minimercati è dunque, ad un tempo, complementare e concorrenziale;

- il calo generalizzato della PD può essere ricondotto a fattori demografici (il calo della popolazione) ed alla concorrenza dei minimercati. Notiamo inoltre che la PD, nel complesso, sopravvive meglio in presenza di una popolazione con livello di istruzione e di reddito elevati, testimoniando la capacità di servizio e di innovazione del comparto non alimentare.
- Per contro rileviamo che la PD alimentare resiste solo in aree "marginali" e con forte connotato rurale.

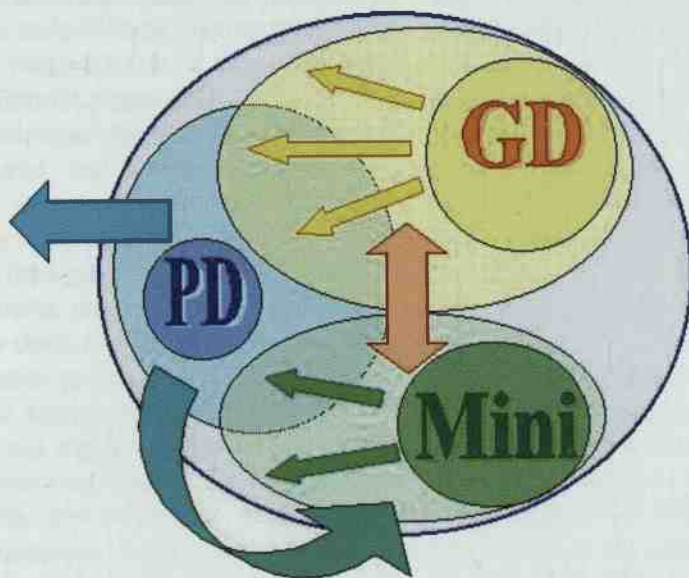
Alla luce di quanto affermato possiamo dire che nel periodo considerato la DM (distribuzione moderna) completa la sua diffusione territoriale crescendo all'esterno delle aree di iniziale insediamento: ciò induce una contesa di spazi commerciali con conseguente competizione interna tra le due forme di DM: i Minimercati e la GD.

D'altro canto tale espansione ha avuto l'effetto di sostituire una parte della distribuzione tradizionale: questa

ultima, quando non è stata in grado di evolvere in forme distributive più evolute (rappresentate in particolare dai Minimercati), oppure quando non si tratti di PD non alimentare, è stata espulsa dal mercato. Permane comunque il ruolo di presidio della PD alimentare nelle aree disagiate.

Lo schema di completamento qualificazione-esclusione che ne deriva può essere visualizzato, in estrema sintesi, dallo schema 6.

Schema 6 Modello di completamento-qualificazione-esclusione



6. CONSIDERAZIONI DI SINTESI

• La riforma del commercio (innescata dal decreto "Bersani", d.lgs. 114/98) è stata colta come occasione per verificare l'andamento del settore distributivo e le sue tendenze di fondo. Lo strumento utilizzato è l'ampio materiale informativo raccolto dall'Osservatorio Regionale del Commercio (ORC) a partire dal 1984. E' una lunga serie storica a scala comunale e a cadenza annuale di dati completi e omogenei fino al 1998, anno di transizione normativa che modifica i parametri di rilevazione statistica. La principale chiave di lettura consiste nel verificare la dinamica della Piccola Distribuzione (PD) e le sue relazioni con la dinamica della Grande Distribuzione (GD).

• L'evoluzione del settore distributivo piemontese nel periodo 1984-1998 segnala una crescita della GD (che triplica la superficie di vendita) e un calo della PD (che perde un negozio su dieci). Alla crescita della GD concorre sia lo sviluppo delle grandi strutture (ipermercati e centri commerciali, in particolare nel primo sottoperiodo 1984-1991) sia la crescita dei supermercati (in particolare nel secondo sottoperiodo 1991-1998). Il calo della PD interessa invece quasi esclusivamente l'area delle botteghe alimentari più piccole (fino a 80 mq. di superficie di vendita: una su tre chiude nel periodo 1984-1998). I negozi più grandi (80-199 mq.) della PD non alimentare crescono invece in modo significativo: +39,56% tra il 1984 e il 1998. Da sottolineare anche l'espansione dei Minimercati alimentari (classificati nel raggruppamento della Distribuzione Intermedia, DI), in particolare in termini di aumento della superficie di vendita

complessiva, e concentrato nel secondo sottoperiodo (1991-1998).

• In termini di densità per 1.000 abitanti la PD totale passa così dai 16 negozi del 1984 ai 15 del 1998 mentre i piccoli negozi alimentari (<80 mq.) si riducono da 6 a 4. La superficie di vendita dei minimercati disponibile, sempre per 1.000 abitanti, cresce dai 17,66 mq. del 1984 ai 40,53 del 1998 e, nel contempo, la GD si espande da 63,22 mq. a 192,79 mq.: la densità triplica.

• La PD mantiene peraltro, a consuntivo, un peso rilevante all'interno del settore distributivo piemontese. Quantomeno nei termini fisici, di superficie di vendita rappresentata (55,0% a fine periodo rispetto al 66,1% iniziale). La GD, dopo la significativa crescita 1984-1998, arriva a detenere una quota di superficie di vendita del 13,2%. Naturalmente si tratta di quote di presidio del mercato, non certo di quote di mercato in termini economici.

• La comparazione diretta fra crescita della GD e riduzione della PD definisce un parametro di 14 punti vendita di PD totale persi a fronte di ogni incremento di 1.000 mq. di superficie di vendita della GD totale nel periodo 1984-1998 in Piemonte. Tuttavia il parametro tende a decrescere nel secondo sottoperiodo (sono 13 nel periodo 1991-1998) rispetto al primo (erano 16 nel periodo 1981-1991). Dunque la PD ha via via rafforzato la sua capacità di tenuta a fronte della crescita della GD. Analoga tendenza si riscontra confrontando la dinamica dei più piccoli negozi alimentari (inferiori ad 80 mq. di superficie di vendita) con quella dei minimercati

alimentari: 10 negozi in meno ogni 100 mq. in più di superficie dei minimercati nell'intero periodo 1984-1998; 15 in meno nel primo sottoperiodo 1984-1991; 7 in meno nel secondo sottoperiodo 1991-1998.

- All'interno del trend generale finora delineato si sono riscontrate ampie differenze territoriali alla scala delle due modalità di disaggregazione del dato regionale utilizzate nell'analisi: l'articolazione in province da un lato e, dall'altro, l'articolazione nelle aree commerciali più i complementi provinciali (che raggruppano per ciascuna provincia i comuni non appartenenti alle aree commerciali). A scala delle province gli incrementi relativi più consistenti della superficie della GD totale si registrano, nell'ordine, nei casi di Vercelli, di Alessandria e di Novara. La flessione relativa dei negozi di PD totale si evidenzia invece, nell'ordine, nei casi di Vercelli, di Alessandria e di Novara. Dunque solo nel caso di Vercelli si riscontra una certa diretta corrispondenza fra calo della PD e crescita della GD. A scala delle aree commerciali si trovano ben cinque casi di crescita in controtendenza dei negozi di PD (Acqui Terme e Alba in particolare), contrapposti a casi di marcata accentuazione della flessione (Casale Monferrato e Omegna in particolare): l'escursione va dal +11,92% di Acqui Terme al -25,25% di Casale Monferrato. Bra, Chivasso, Saluzzo e Chieri sono le aree ove più cresce la superficie della GD totale in termini relativi: in due casi, Chivasso e Chieri, la corrispondente flessione dei negozi di PD totale non ne risente risultando inferiore al dato medio regionale.
- L'analisi comparata di queste diverse e spesso divergenti dinamiche territoriali ha condotto all'elaborazione dello

schema di classificazione delle aree (province, aree commerciali, complementi provinciali) in quattro tipologie (Gold, New, Old, Out) definite in base alla variazione dei negozi della PD e della superficie della GD rispetto alla variazione media regionale: Gold quando sia PD sia GD superano il valor medio; New quando solo la GD supera il valor medio; Old quando solo la PD supera il valor medio; Out quando né PD né GD superano il valor medio regionale 1984-1998. Da notare che le due diagonali (Old-New e Out-Gold) sono associabili rispettivamente ai concetti di "sostituzione" (la GD cresce a scapito della PD) e di "qualificazione" (le potenzialità di crescita favoriscono sia la GD sia la PD). Non emerge un concetto interpretativo prevalente perché sia nel caso delle province, sia nel caso delle aree commerciali, si riscontra una equidistribuzione delle aree territoriali nelle quattro tipologie definite.

Dunque l'analisi territoriale mostra che non ci sono relazioni univoche fra la dinamica dei negozi della PD e l'espansione della superficie della GD.

- I concetti di "sostituzione" e di "qualificazione" corrispondono anche ai due principali luoghi comuni cui si riconducono abitualmente le interpretazioni del rapporto fra dinamica della PD e dinamica della GD. Sono rappresentati, in particolare e rispettivamente, dalle aree New (le province di Vercelli e di Novara; le aree commerciali di Borgosesia, di Bra, di Fossano-Savigliano, di Ivrea, di Omegna, di Saluzzo) e dalle aree Gold (le province di Alessandria e di Torino; le aree commerciali di Acqui Terme, di Alessandria, di Arona, di Chieri, di Chivasso, di Novi Ligure, di Torino Resto Area, di Vercelli). Dunque i concetti

interpretativi (e i luoghi comuni) non spiegano univocamente il rapporto fra le dinamiche di PD e di GD alla scala delle aree territoriali.

- Che cosa determina allora la dinamica del commercio e la variabilità territoriale del rapporto fra andamento della PD e andamento della GD? Per rispondere a questa domanda si è tentato un esercizio econometrico, che fa riferimento a variabili sia endogene (quelle che si intende spiegare, cioè le variazioni della PD, della PD alimentare, della GD, dei Minimercati), sia esogene (quelle che caratterizzano il profilo territoriale, demografico, economico e strutturale delle aree considerate).

- La crescita della GD assume il carattere di una espansione “naturale” che segue un processo di completamento della diffusione territoriale delle localizzazioni a partire dalle aree di primo insediamento (la dinamica della GD è solo correlata negativamente con la densità iniziale della GD stessa, nell'ambito delle variabili endogene). La correlazione negativa con la densità di automobili suggerisce che tale crescita ed espansione territoriale sia partita dalle aree urbane per estendersi in aree extra-urbane. La concorrenza con altre forme commerciali si evidenzia, all'interno delle aree, in rapporto alla presenza di minimercati alimentari (dove più ce n'è, prima arriva la GD).

- Il calo della PD non appare direttamente legato alla crescita della GD. La PD subisce piuttosto la concorrenza dei minimercati (la variazione della PD è correlata negativamente con la variazione dei minimercati). La PD presenta una migliore capacità relativa di tenuta nelle aree ove il calo della popolazione è più contenuto (ovvero dove la domanda è

più consistente), e dove più forte è la presenza di contribuenti ad alto reddito (ovvero dove la domanda è più qualificata). La PD alimentare, in particolare, tende a sopravvivere più facilmente in aree con più accentuati connotati di ruralità. Dunque le condizioni economiche di contesto sembrano influire più della crescita della GD nel determinare la dinamica dei negozi della PD.

- La chiave interpretativa del rapporto fra dinamica della PD e dinamica della GD sta piuttosto nello sviluppo dei minimercati. Questi ultimi possono essere letti sia come forma evolutiva della PD tradizionale (adatta alla competizione con la GD), sia come forma organizzativa che la GD adotta per penetrare anche nelle aree territoriali di più difficile accesso. Il rapporto minimercati/GD e minimercati/PD è dunque, ad un tempo, sia complementare, sia concorrenziale.

- Riassumendo:

- La crescita della GD non è spiegata dalle variabili esogene;
- La GD si espande in tutte le aree e compete con i minimercati;
- I minimercati si espandono in tutte le aree e competono con la GD e con la PD;
- La PD evolve in tre direzioni: 1) viene espulsa dal mercato (la più piccola alimentare per la concorrenza diretta dei minimercati); 2) evolve verso la forma minimercato (attrezzandosi per competere con la GD); 3) mantiene le posizioni di presidio precedente in tutto (la PD non alimentare), o in parte (la piccola PD alimentare, limitatamente alle aree “marginali”, in via di spopolamento e con forte connotato rurale).

- Interpretando:

Questa ricerca può essere assimilata ad

un processo che deve trovare il colpevole del calo della PD. Con la GD come principale imputato. La sentenza è di assoluzione, ma non tutto è chiaro: l'ambiguità deriva dalla scoperta del ruolo chiave di un terzo protagonista, il Minimercato. Non è più PD (pur essendo piccolo) e non è ancora GD (pur adottandone forma e organizzazione). PD e GD, nel loro processo evolutivo, si sono contaminate a vicenda e lo hanno generato. La PD ha messo a disposi-

zione gli imprenditori per gestire i singoli punti vendita; la GD ha messo a punto modelli organizzativi e logistici che consentono di sviluppare rapidamente catene in franchising di piccoli negozi.

Nel periodo 1984-1998 che abbiamo qui considerato, tutto ciò è avvenuto nel comparto alimentare.

Quel che sta avvenendo, dopo la riforma del commercio, è probabilmente la stessa cosa, nel comparto non alimentare.

Finito di stampare: Aprile 2002
presso la Ages Arti Grafiche S.p.A.
Corso Traiano, 124 - 10127 Torino

附录一

附录二

